

## 1. Auf die Gestaltung des Sortiments kommt es an

Kennen Sie Ihre Einzel- und Fixkosten?

Nur so können Sie Produktpreise kalkulieren, mit denen Sie einen ausreichenden Gewinn erwirtschaften.

Sind Sie auf dem Laufenden?

Aktuelle Trends Ihrer Branche sollten auch bei Ihnen zu finden sein.

Informieren Sie sich über das Angebot der Konkurrenz: Läuft bei Wettbewerbern ein Artikel besonders gut? Nehmen Sie ihn in Ihr Sortiment auf.

Bieten Sie Komplementärprodukte an, die ein Hauptprodukt ergänzen?

Wer zum Beispiel Bücher verkauft, könnte als Ergänzung Lesezeichen anbieten.

## 2. Nischenprodukte als Erfolgsgeheimnis

Gibt es eine Nische, die Sie in Ihrer Umgebung ohne Konkurrenz besetzen können?  
Beispiel: Bieten Sie zum Beispiel ausnahmslos regionale Spezialitäten an.

Gibt es eine (ausreichend große) Zielgruppe, die Produkte aus dieser Nische gerne kaufen würde?

### 3. Den Bekanntheitsgrad erhöhen

Ist Ihr Geschäft in der Umgebung bereits bekannt?

Mithilfe von Flyern oder Werbeanzeigen machen Sie von sich reden oder bringen sich in Erinnerung.

Haben Sie einen Online-Shop, in dem Sie Ihre Produktpalette anbieten?

Ist Ihr Geschäft auf digitalen Kanälen wie Instagram oder Facebook vertreten?

Um auf Social-Media-Kanälen eine Community aufzubauen, sind regelmäßige Posts und Interaktion gefragt. Haben Sie einen Mitarbeiter, der dies übernehmen könnte?

Posts zu Angeboten, Neuheiten im Sortiment und Einblicken in den Arbeitsalltag machen Lust darauf, in Ihrem Geschäft vorbeizuschauen. Womit könnten Sie Ihre (potenziellen) Kunden begeistern?

Sind Ihre Öffnungszeiten online einzusehen (z. B. bei Google My Business) und stets aktuell?

Enttäuschte Kunden, die vor verschlossenen Türen stehen, werden Ihr Geschäft vielleicht nicht noch einmal besuchen.

### 4. Mit Verkaufsaktionen punkten

Von Rabattaktionen bis zu Sonderverkäufen ist alles möglich: Gibt es Produkte, die Sie vergünstigt oder im Set anbieten können und die trotzdem gewinnversprechend sind?

Kreativität ist alles: Steht ein origineller Jahrestag an? Zum internationalen Tag der Freundschaft bieten Sie beispielsweise Kunden einen Rabatt an, die als Freunde Ihren Laden aufsuchen.

Stichwort Gamification: Bieten Sie ein bestimmtes Produkt günstiger an, jedoch nur für einen kurzen Zeitraum. Auch ein wöchentliches Social-Media-Quiz mit Gewinnchance ist eine gute Option, um Kunden zu begeistern.

## 5. Gezieltes Cross-Selling und Upselling betreiben

Durch Zusatzverkäufe lassen sich Umsätze erhöhen. Interessiert sich der Kunde für ein Produkt, zu dem es eine praktische Ergänzung in Ihrem Laden gibt?

Verkaufen Sie Schuhe, bieten Sie dem Kunden etwa das passende Pflegemittel oder einen Schuhlöffel an (Cross-Selling).

## 6. Verschiedene Zahlungsarten anbieten

Können Kunden bei Ihnen nicht nur bar, sondern auch mit Karte zahlen? Vor allem kontaktloses Zahlen per Smartphone wird immer beliebter. Stellen Sie sicher, dass die aktuellen Zahlungsarten auch in Ihrem Laden möglich sind.

## 7. Preise regelmäßig anpassen

Sind Transport- oder Produktionskosten gestiegen?

Wurden bestimmte Produkte überarbeitet oder verbessert?

Beliebte Produkte bietet die Konkurrenz teurer an?

Senken Sie die Preise leicht, wenn die Gewinnmarge es zulässt.

## 8. Das Personal schulen

Stehen Ihre Mitarbeiter mit Leib und Seele hinter Ihnen und dem Geschäft?

Wie ist es um die Mitarbeiterzufriedenheit bestellt?

Bieten Sie Gespräche und Lösungen an, um die Zufriedenheit und Motivation zu steigern.

Gibt es Weiterbildungen, die für Sie und Ihre Mitarbeiter interessant wären und die sich geschäftlich lohnen würden?

## 9. Zuverlässigkeit ist der Schlüssel

Sorgen Sie dafür, dass Ihr Sortiment stets komplett ist. Leere oder lückenhafte Regale trüben das Einkaufserlebnis enorm.

Zufriedene Kunden bleiben Ihnen treu. Gibt es Kundenwünsche, die Sie leicht erfüllen können?

Sie möchten einen besseren Kundenservice betreiben?

Überlegen Sie zusammen mit Ihrem Personal, wie Sie Kunden ein noch besseres Einkaufserlebnis bieten können.

## 10. Den Erfolg regelmäßig überprüfen

Sie haben Maßnahmen eingeführt, die den Umsatz steigern sollen?

Überprüfen Sie diese regelmäßig auf ihren tatsächlichen Erfolg.

Berücksichtigen Sie nicht nur den Umsatz, sondern behalten Sie auch den Gewinn im Auge.