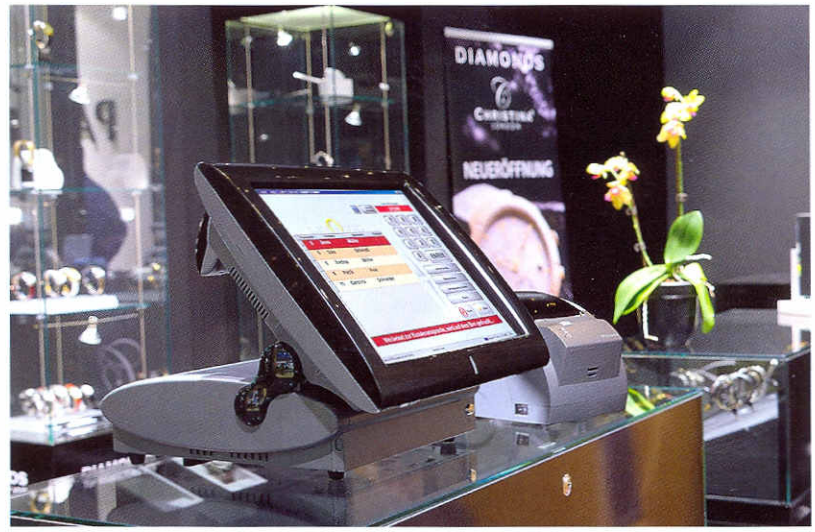

ALLES IM GRIFF

Ein modernes Warenwirtschaftssystem wie das von Clarity & Success leistet mehr als die Verwaltung des Lagers. Servicefreundlich managt es Termine, erstellt ein Profil der Kundschaft und wird so zur Basis für individuelles Marketing.

Kluges Marketing, ins Deutsche vielleicht am besten als „Vermarktung" übersetzt, verlangt sehr viel mehr als die ansprechende Präsentation zu verkaufender Produkte. Es bedeutet den sorgfältigen Umgang mit dem gesamten Marktauftritt eines Unternehmens. Dem Einzelhändler stehen verschiedene erprobte Marketing-Maßnahmen zur Verfügung. Bei ihrer Umsetzung und bei der Kontrolle ihres Erfolgs kann er sich von einem modernen Warenwirtschaftssystem unterstützen lassen, wie es das Unternehmen Clarity & Success aus Halle/Westfalen anbietet.

Wie sehr eine auf die Bedürfnisse des Handels abgestimmte Datenverarbeitung helfen kann, wird schon bei der wohl bekanntesten Marketing-Strategie deutlich; Mengen-, Treue- und Saisonrabatte lassen sich auf elektronischem Wege genauso unkompliziert verwalten wie Skonto.

Zeitlich begrenzte Aktionspreise sind händisch schwer zu realisieren; bei Clarity und Success benötigt das zwei einfache Schritte: Nach der Eingabe von Preis und Zeitraum wird die Umkalkulation gestartet. Alle Anpassungen nimmt das System dann automatisch vor.

Auch für die Kunden attraktive Finanzierungsmodelle sind unkompliziert einzurichten. Die Ratenzahlungsverwaltung berechnet den Verlauf selbstständig neu, wenn ein Kunde eine Teiltilgung vornimmt. Hat eine Kasse wie die auf der Inhorgenta vorgestellte „Touch it" von Clarity & Success direkte Internetanbindung, kann sie ab einem bestimmten Verkaufswert direkt auf eine Homepage führen, auf der Zusatzversicherungen für Uhren und Schmuck angeboten werden – ein lohnendes Zusatzgeschäft für den Juwelier.

Ein mittlerweile bewährtes Mittel zur längerfristigen Kundenbindung ist die Vergabe von Kundenkarten, die – bei entsprechender Gestaltung – ein Wir-Gefühl erzeugen und zugleich als Geschäftsempfehlung bei Dritten dienen. Auf diese Karten gewährte Vergünstigungen müssen sich ohne großen Aufwand buchen lassen. Auch hier hilft ein Warenwirtschaftssystem, in dem die Daten der Karteninhaber hinterlegt sind.

Längerfristige Kundenbindung dank ausgefeilter Software

Die Clarity & Success-Kassenmaske bietet darüber hinaus die Besonderheit, dass sich eine Kundenbefragung einstellen lässt. Kennt der Juwelier die Altersstruktur und den bevorzugten Wohnort seiner Kundschaft, kann er seine Werbemaßnahmen gezielt darauf abstellen, zum Beispiel die Inserate auf die relevanten Lokalzeitungen konzentrieren.

Zugleich nimmt ihm das Warenwirtschaftssystem viel Mühe bei der Terminverwaltung ab, erinnert an Kundengeburtstage und weist auf das nahende Ende von Garantiezeiten hin; der Kunde weiß derlei Aufmerksamkeit zu schätzen.

Über die Marketing-Maßnahmen hinaus, die auf den Kunden zielen, sind auch hausinterne Aktionen möglich und auf Basis eines ausgereiften Warenwirtschaftssystems unkompliziert umzusetzen: Altbestände binden Geld; hier kann eine Prämie den Mitarbeitern Anreiz zum Verkauf älterer Ware geben. An der Kasse wird die Prämie automatisch auf den Verkäufer gebucht. Ebenso ist bei Clarity & Success ein Tourguide vorgesehen; Fremdenführer, die eine Gruppe von Touristen ins Geschäft führen, erhalten ebenfalls eine zuverlässig im Warenwirtschaftssystem verwaltete Provision.

In der Vielfalt der möglichen Maßnahmen gibt es keine Patentrezepte, keine für alle gültige Idealkombination. Umso wichtiger ist es, sie individuell passend zusammenzustellen und ihren Erfolg laufend zu kontrollieren. Clarity & Success bietet auch hier kompetenten Rat, damit das Marketing gelingt. *Jan Lehmhaus*
www.clarity-success.com