

Die Zugewandtheit und Kompetenz der Mitarbeiter bildet zusammen mit einem schönen Store-Design das Einkaufserlebnis des Kunden



Foto: Fotolia/Kzenon

Store und Team im Einklang

Für das Beratungskonzept „Mensch und Raum“ bilden das Store-Design und das Auftreten der Verkaufsmitarbeiter im Store eine atmosphärische Einheit. Die Wirkung eines Verkaufsrums kann also nur so gut sein wie die fachliche und menschliche Wirkung der Verkaufsmitarbeiter auf den Kunden in diesem Raum.

von Ahuti Alice Müller

Das Ambiente des Einkaufserlebnisses und die Unterstützung der Kaufentscheidung durch die persönliche Beratung von kompetentem Verkaufspersonal – das sind die Qualitäts- und Alleinstellungsmerkmale, mit denen der stationäre Handel gegenüber der wachsenden Online-Konkurrenz Vertrauen schaffen kann. „Mensch und Raum“ ist ein Konzept, das diese beiden tragenden Säulen des Einzelhandels in einer ganzheitlichen Planung berücksichtigt. Das Konzept geht davon aus, dass die Neugestaltung oder Optimierung der Verkaufsräume oftmals den Ausgangspunkt für strukturelle und personelle Veränderungsprozesse innerhalb einer Organisation bildet.

„Das besondere Käuferlebnis am Point of Sale wird tendenziell wettbewerbsentscheidend“, so ein Hauptergebnis der EHI-Studie

„Die Top-Shoppingkiller im Einzelhandel“. Um dieses besondere Käuferlebnis zu schaffen, entscheiden sich viele Unternehmer für eine Neugestaltung ihrer Geschäftsräume. Das allein reicht jedoch nicht, um frischen Wind in die Verkaufsräume zu bringen, denn es lässt den menschlichen Faktor außer Acht.

Kundenbeziehung aufbauen

Die fachliche und soziale Kompetenz des Personals und die Fähigkeit der Verkaufsmitarbeiter, eine Beziehung zum Kunden aufzubauen und zu pflegen ist ebenso wichtig wie ein optimal geplanter, gut designer und funktionierender Store. Angewendet wird dieses Konzept „Architektur und Teamentwicklung“ zum

Beispiel bei dem Schmuckunternehmen Niesing Stores Deutschland.

Dieses eng verwobene Zusammenspiel von Architektur und Personal sollte bei der Planung von Verkaufsräumen und auch Praxen berücksichtigt werden. Das Konzept „Mensch und Raum“ basiert auf den Prinzipien der traditionellen chinesischen Gestaltungslehre Feng-Shui, die die Gesetzmäßigkeiten von Raum und Zeit mit den täglichen Anforderungen eines Stores oder einer Praxis in Einklang bringt und eine ausgewogene, harmonische Umgebung für Mitarbeiter und Kunden bzw. Klienten schafft. Denn die attraktive Präsentation der Ware, ein ansprechendes Store-Design, die Kundenorientierung im Store und die Repräsentation des Unternehmens wirken erst dann auf die Auf-

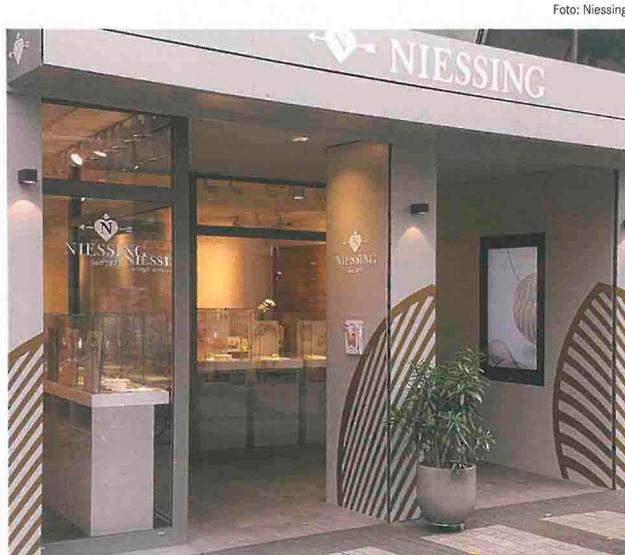


Foto: Niessing

Bild oben: Das Schmuckunternehmen Niessing, hier der Store in Köln, ließ sich nach dem Konzept „Mensch und Raum“ beraten
Bild rechts: Auch der Bioladen Hult in Köln setzt in puncto Einrichtung und Teamentwicklung auf das Feng-Shui-Konzept „Mensch und Raum“



Foto: Hult

enthaltsqualität und die Kundenbindung, wenn die Atmosphäre insgesamt stimmig und harmonisch ist.

Teamentwicklung

Dass eine veränderte Architektur von Verkaufsräumen nur so gut sein kann wie die Mitarbeiter, die sie mit Leben füllen, ist tatsächlich vielen Bauherren bewusst. In Planungsgesprächen zeigt sich, dass Handelsunternehmen sich neben attraktiven räumlichen Verhältnissen für ihre Kundschaft von den baulichen Veränderungen in der Regel auch veränderte Mitarbeiter- bzw. Team-Strukturen versprechen. Um diesem Bedürfnis nach einer ganzheitlichen Store-Planung gerecht werden, ist das Entwicklungskonzept „Mensch und Raum“ für den Einzelhandel entstanden.

Architektur und Organisation folgen dabei einer inneren Haltung, die sich in der dynamischen Balance von Innen und Außen spiegelt: in harmonisch gestalteten, funktionalen Räumen, in einer klaren Teamleitung, in motivierten, effizienten Mitarbeitern. Zunächst wird mit den Auftraggebern der Veränderungsbedarf analysiert; dann Veränderungsprozesse entwickelt und deren Umsetzung begleitet. Erst wenn die Mitarbeiter die Team- bzw. Unternehmenskultur in den Store transportieren und dem Kunden vermitteln, werden aus Verkaufsräumen authentische Erlebniswelten und wecken die Lust, etwas zu kaufen. Denn: Kunden kaufen bei Menschen, die sie mögen.

Ein Schlüsselbegriff ist Service. „Kauflust schlägt schnell in Kauffrust um, wenn der

Service nicht stimmt“, so die EHI-Studie. Der Schlüssel zum zufriedenen Kunden liegt also in hohem Maße beim Verkäufer bzw. beim Verkaufsteam. Hier setzt Teamentwicklung an. Um die Freude am Verkaufen zu gewährleisten, baut sie auf ein positives Selbstverständnis der Mitarbeiter und klärt, wie sie sich in ihrer Rolle

Weiteren öffnen regelmäßige Teamsitzungen, die durch einen externen Supervisor begleitet werden, wichtige Gesprächsräume. Sie etablieren die Teamarbeit und -kultur nachhaltig und reflektieren die Teamdynamik. In einem qualifizierten, effizienten Team machen zufriedene und motivierte Mitarbeiter die Strahlkraft

„Zufriedene und motivierte Mitarbeiter machen die Strahlkraft eines Stores aus.“

Ahuti Alice Müller

Architektin AKNW und Supervisorin,
Coach DGSv, Köln



sehen, was sie leitet und wo ihre Stärken beziehungsweise Entwicklungsfelder liegen.

Auf der Unternehmensebene fördert Teamentwicklung das Bewusstsein für die soziale Kompetenz in der Organisation. Personalstrukturen und Aufgabenprofile werden ebenso klar definiert wie Leitungsaufgaben. Denn nur wenn die Teamführung leitet und Teamaufgaben kommuniziert, entsteht aus einer Handvoll Mitarbeiter ein Team, das sich von seinem Unternehmen gefördert fühlt und an einem Strang zieht.

Um die Teams nach der Findungsphase nicht in den Stores sich selbst zu überlassen, qualifizieren interne Schulungen die Mitarbeiter und sichern deren fachliche Kompetenz. Des

eines Stores aus. Das fördert empathische und hochwertige Kundenbeziehungen.

Will der stationäre Handel seine Stärken in puncto Beratung und Shopperlebnis gezielt einsetzen, müssen alle Mitarbeiter mit auf die Reise genommen werden. Mit einem auf die Branche und den individuellen Bedarf des jeweiligen Stores abgestimmten Konzept, das ganzheitlich auf die Store-Gestaltung wirkt und die Team- bzw. Unternehmenskultur im Einkaufserlebnis, in der Fachkompetenz und im persönlichen Beratungsprozess widerspiegelt, kann das gelingen.

www.mensch-raum.org