



Auch in der Wäscheabteilung vom Modehaus Jost in Grünstadt hinterließ Yurdanur Steck Spuren.

Faktor Mensch

Nicht nur die Ware, sondern auch die Menschen bestimmen den Erfolg eines Geschäfts

■ Wer seine Verkaufsmitarbeiter ihrer Persönlichkeit entsprechend fördert und fordert, wer sie nicht nach 'Schema F' behandelt, sondern individuell auf sie eingeht, der wird das sehr bald an steigenden Umsätzen merken, davon ist Yurdanur Steck überzeugt. Dementsprechend arbeitet die Münchenerin, die Dessous- sowie Wäsche-Fachgeschäfte und -Abteilungen berät. Bei ihr steht neben den Zahlen, auch der Mensch als Mitarbeiter und Kunde im Mittelpunkt, wenn es um Einkauf, Optimierung von Flächen und vor allem den Verkauf geht. Der BTE marketing berater hat sich mit Yurdanur Steck darüber unterhalten, wo aus ihrer Sicht die Potenziale im Wäschehandel liegen.



Berät Wäsche-Fachgeschäfte und -Abteilungen auf ihrem Weg zu mehr Ertrag: Yurdanur Steck.

Einkauf

Die Order sollte klar nach Zielgruppen, Preis und Mode aufgeteilt werden. Dieses zuvor für die Abteilung entwickelte Konzept, ist unbedingt einzuhalten, damit der Einkauf nicht zum Glücksspiel wird. Letztendlich geht es darum, den richtigen Mix aus Effektivität und Individualität, Beständigkeit und Wandel für

die jeweilige Fläche zu finden, dabei kommt in jedem Fall der Pflege von NOS-Programmen eine wichtige Rolle zu. Hilfreich kann es sein, individuelle Informationsquellen, z.B. Gespräche mit Lieferanten und Kollegen, nationale und internationale Messen usw., zu nutzen.

Sortiment und Fläche

Zu Beginn muss auch hier ein definiertes Konzept stehen, gefolgt von einem gesunden Lieferantemix nach Zielgruppe und Preis. „Prinzipiell ist zu beobachten, dass es großen Wäscheabteilungen oft an Vielfältigkeit fehlt, während man auf kleinsten Fach-

handelsflächen oftmals eine Ansammlung diverser Anbieter findet. Beides ist meist ineffektiv und unrentabel“, berichtet die Beraterin aus ihrer Tätigkeit. Selbstverständlich sollte sein, dass der Flächenanteil in der Abteilung sich mit dem Umsatzanteil des Lieferanten deckt. Um ungenutzte Potenziale zu erkennen und Lösungen zu finden, gilt es, Größenschlüssel, NOS-Listen, kurzfristige Erfolgsrechnung und Kostenrechnung pragmatisch auszuwerten. Schließlich darf insbesondere bei Abteilungen ein möglichst objektiver

Blick auf die Fläche an sich nicht fehlen: Spiegelt sie den Anspruch der Oberbekleidungsabteilungen wider? Ist dies nicht der Fall, werden die Kunden abgeschreckt. Ähnliches gilt, wenn der erste Eindruck der Wäscheabteilung nicht stimmt. Auch dann werden die kaufkräftigen Kunden die Fläche nicht betreten und der Bon sinkt. Für zusätzliche Frequenz sorgen kundenorientierte und saisonal angepasste Marketingpläne.

Verkauf

Hier spielt der 'Faktor Mensch' naturgemäß eine besonders wichtige Rolle. Dementsprechend gilt es, das Selbstbewusstsein der Team-Mitglieder zu stärken, den richtigen Platz für den richtigen Mitarbeiter zu finden, Spaß und Interesse am Unternehmen zu fördern, um so letztendlich über ein hoch motiviertes Verkaufsteam zu verfügen. Verkaufstraining sollte stets nur von Spezialisten mit Wäschekenntnissen und psychologischer Ausbildung durchgeführt werden. „Beim Arzt gehen Sie schließlich auch zum Spezialisten“, so die Auffassung von Yurdanur Steck. Trainings am POS sind am effektivsten, denn hier kann man den Mitarbeiter bei der Arbeit sehen, ihm helfen, erfolgreich zu verkaufen und ihn bei der Beratung der Kunden unterstützen. Und wer als Verkaufsmitarbeiter Erfolg hat, ist motiviert und wird mit mehr Spaß noch erfolgreicher verkaufen. UAK

■ Yurdanur Steck ...

- ... beschäftigt sich mit den Belangen und Bedürfnissen in den Bereichen Wäsche- und Dessous;
- ... erstellt Pläne und setzt Umbaumaßnahmen im Bereich Wäsche und Dessous um;
- ... organisiert und betreut den Aufbau und die Optimierung von Wäscheflächen;
- ... entwickelt individuelle Marketingkonzepte und die Planung und Organisation von Events;
- ... bietet vor Ort Vertriebs- und Verkaufsbereiter-Training, Einkäufer-Coaching und Seminare an.

Weitere Infos über: Steck Training und Beratung, Tel.: 089/36088700 oder Mail: kontakt@steckberatung.de