



Gewohntes Bild: Smartphone-Nutzung am Regal. Laut statista.de besitzen gut 45 Millionen Deutsche ein internetfähiges Gerät.

Tipps

- **WLAN**
Ist kein Netz-Empfang im Markt gewährleistet, so dass Kunden ihr Internetvolumen benutzen können: WLAN installieren.
- **QR-Codes**
Sie sind für Kunden nicht nur auf Produkten interessant, sondern auch als leicht speicherbare Aktionscoupons auf dem händler-eigenen Handzettel.
- **Portale**
Ob Findling oder Tripadvisor: Seien Sie auf relevanten Portalen mit Adresse, Kontaktdaten und einer Beschreibung präsent. Oder bei Kaufda mit Online-Handzetteln. Unverzichtbar ist der Eintrag bei Google My Business: Kunden finden Sie so bei der Google-Suche, auf Google-Maps und auf Google+.
- **Image**
Bitten Sie Kunden am POS, auf den Portalen Bewertungen zu geben.

Smarter verkaufen

Grundvoraussetzung für erfolgreiches Handeln ist ein guter Kontakt zu Kunden. Deren Smartphones können Händlern neue Möglichkeiten eröffnen: bessere Ansprache, gezieltere Informationen, mehr Angebote.

Eine Flasche Whisky gekauft, eine Dose Red Bull Cola dazu – bei diesem Angebot des Hit-Marktes Aachen haben Kunden zu Weihnachten gerne zugriffen. Die an der Information bereitgehaltenen Dosen waren schnell weg, nennenswert mehr Whisky verkauft. Dabei haben nur wenige Kunden zu Weihnachten gerne zugriffen. Die an der Information bereitgehaltenen Dosen waren schnell weg, nennenswert mehr Whisky verkauft. Dabei haben nur wenige Kunden zu Weihnachten gerne zugriffen. Die an der Information bereitgehaltenen Dosen waren schnell weg, nennenswert mehr Whisky verkauft. Dabei haben nur wenige Kunden zu Weihnachten gerne zugriffen.

Mit den Beacons ist die Händlerfamilie vorne dabei, wenn es um die neueste verkaufsfördernde Technik am POS geht. Ein Muss sind die Sender für Kaufleute derzeit nicht. Fakt ist jedoch: Das Smartphone in der Hand von Kunden ist am POS eine feste Größe.

Rund 50 Prozent der Besitzer verwenden es aktiv beim Einkaufen, schätzt Internet- und POS-Experte Alexander Liersch der Marketingagentur IMI. Und es gibt schon heute Möglichkeiten, wie Selbstständige mit vergleichsweise geringem Einsatz Nutzen daraus ziehen können.

Händler sollten beispielsweise über eine eigene Applikation für Smartphones nachdenken. Der Anbieter Online Software AG etwa hat namhafte Branchen-größen wie Rewe Dornseifer, Rewe Aupperle, Edeka Buschkühle oder die Multi-Märkte der Familie Brahms aus Leer damit ausgestattet. Auch die Sütterlin-App stammt von der AG. Für 3.000 bis 5.000 Euro sowie monatliche Folgekosten von unter 200 Euro programmiert sie Händlern eine individuelle Anwendung. Zwar können Kunden auch die Website, über die Händler in der Regel verfügen, am Handy au-

rufen. „Doch die ist nicht ständig auf der Benutzeroberfläche des Smartphones präsent“, sagt Jürgen Berens von Rautenfeld, Vorstandsvorsitzender von Online Software. Weitere Vorteile: Eine einfache Menüführung und „Push“-Funktion, mit der Nachrichten an Käufer geschickt werden können. Lebensmittel Zeitung direkt hat sich die Apps von Rewe Akzenta und Edeka Gebauer angesehen. Fazit: Beide bieten intuitive Bedienung, ansprechende Grafik und verknüpfen Angebote (digitaler Handzettel) stringent mit einem Online-Einkaufszettel. Zusätzlich gibt es sinnvolle Unterbereiche wie Restaurant-Speiseplan, Allergenlexikon oder Eventkalender.

Doch auch ohne eigene App können Händler das Smartphone ihrer Kunden gewinnbringend einsetzen. Sogar schon vor dem Einkauf, sagt POS-Vermarktungsprofi Philipp Riediger von Combera. QR-Codes etwa lassen sich leicht

selbst erstellen und im Handzettel unterbringen. Kunden scannen und speichern sie mit dem Handy und lösen so Angebote an der Kasse ein. Papier-Coupons entfallen. Da immer mehr Kunden ihr Smartphone als Navigationsgerät verwenden, sollten Händler auch für einen exakten Adress-Eintrag bei Google oder lokal relevanten Portalen sorgen, so Riediger.

Auf der Fläche gilt: Handy-Freiheit für alle. Lassen Sie Kunden scannen, surfen, fotografieren – oft werden nur spannende Produkte in sozialen Netzwerken geteilt, was neue Käufer locken könnte. Ist der Markt baubedingt vom Empfang abgeschirmt, denken Sie über WLAN-Sender nach. Zwar sind Bedenken bezüglich der Betreiberhaftung im Fall von rechtswidrigen Downloads noch nicht gänzlich ausgeräumt. Doch wird bald mit einer Lösung gerechnet, worauf auch laufende Tests der Zentralen mit WLAN im Markt hindeuten.

Andreas Hösch

Eine eigene App gibt's ab 3.000 Euro