

uhren & juwelen

Die offizielle Zeitschrift des Bundesgremiums

FEBRUAR 2017

Österreichische Post AG, MZ 10Z038512 M, Manstein ZeitschriftenverlagsgesmbH, Brunner Feldstraße 45, 2380 Perchtoldsdorf; Retouren an Postfach 100, 1350 Wien



INHORGENTA MUNICH

MIT DER APP DURCH DIE MESSE

einen Rückgang um ein paar Prozentpunkte gibt, dann muss man die ja irgendwie ausgleichen. Das ist wohl nur durch harte Arbeit möglich, denn Erfolg passiert nicht einfach – nicht ohne Grund steckt »folgen« in »Erfolg“: Auf die Mühe folgt dann der Erfolg.



**ANDREAS KOPF /
JUWELIER KOPF**

Eine Entwicklung, die für den Handel sehr negativ ist, sind die Strategien so mancher Produzenten. Neben Onlineaktivitäten gibt es die eigenen Mono-Stores und teilweise sogar Modelle, die dann nur dort exklusiv zu bekommen sind. Auch die Arroganz einiger Marken sorgt für Missstimmung. Ich weiß, dass viele Branchenkollegen

denken, das kommende Jahr wird sehr schwierig, viele fürchten sich vor Basel, vor neuen Onlineshops, die dort vielleicht präsentiert werden. Als stationäre Händler sind wir immer mehr gefordert, auch unser eigenes Profil zu schärfen. Dann geht es nicht mehr darum, eine spezielle Uhrenmarke zu besitzen, sondern diese Uhr bei Kopf gekauft zu haben, lebenslanges Kopf-Service inklusive. Das ist unser USP. Man muss dem Kunden ein besonderes Einkaufserlebnis bieten, ihnen die Haptik der Produkte zeigen. Das können unabhängige Händler und ihre gut ausgebildeten, motivierten Mitarbeiter viel besser als ein gelangweilter Verkäufer in einem Mono-Store. Da gehört sehr, sehr viel Herzblut dazu. Aber das ist auch das Tolle an unserem Job: Es ist sicher nicht immer einfach, man muss viel für den Umsatz arbeiten, Überzeugungsarbeit leisten, sich für den Kunden förmlich überschlagen, aber es ist toll, wenn man sieht, dass man den Kunden glücklich gemacht hat, dass man vielleicht seine Erwartungen noch übertroffen hat und dass man einen schönen Verkaufserfolg gelandet hat. Extrem wichtig ist auch das Thema Werbung: Jeder, der bei uns kauft, kennt jemand anderen und gibt seine Erfahrungen weiter. Auch wenn ein Paar nur einmal Trauringe kauft, die kennen ein anderes Paar, das Trauringe kaufen möchte, und die kennen wieder jemanden. Mundpropaganda ist in unserer Branche das Um und Auf. Unser Geschäft liegt weder in einer großen Stadt noch an einem touristischen Hotspot, wer bei uns etwas einkauft, der steigt ins Auto und fährt extra zu uns. Das erreicht man nur durch besondere Kundenbindung. Wir müssen die Begeisterung an unsere Kunden weitergeben, und diese müssen sie weitertragen. «

BEAUCHAMP

EDELSTEINGROSSHANDEL



fassungslos

AMETHYST · AQUAMARIN · CITRIN · KORALLE · KUNZIT · MONDSTEIN · PERIDOT · PRASIOLITH · RUBIN ·
SAPHIR · SMARAGD · TANSANIT · TSAVORITH · TÜRKIS · TURMALIN · ZIRKON U.V.M...

6020 INNSBRUCK · AUSTRIA

TEL.: 0512 57 70 35 · MOB.: +43 (0) 664 160 90 66 · gems@beauchamp.at · www.beauchamp.at