



DER RATGEBER FÜR EINZELHÄNDLER UND DIENSTLEISTER

Dein Retail Guide 2021

4 Entwicklungen, die Dir helfen und zu Deinem Geschäftserfolg beitragen.

EINZELHÄNDLER UND DIENSTLEISTER

Dein Retail Guide 2021

Behalte den Überblick: 4 Entwicklungen, die Dir helfen und zu Deinem Geschäftserfolg beitragen.

Durch die Pandemie und die KassenSichV hat sich der Einzelhandel gewandelt. Neue Situationen brauchen neue Maßnahmen. Unternehmen weiten ihre Digitalisierungsaktivitäten aus. Stirbt der stationäre Handel aus? Unsere Antwort: Nein! Trotzdem steigt die Nachfrage an Onlinediensten. Wie es weitergeht und was Du Gutes für Dein Geschäft tun kannst, steht für Dich übersichtlich zusammengefasst in diesem Retail Guide.

Insgesamt erwarten Dich auf den folgenden Seiten 4 große Entwicklungen und Trends dieses Jahres. Wenn Du Dein Geschäft erfolgreicher gestalten willst, solltest du diese Themen auf dem Schirm haben:

1. Omnichannel-Konzepte
2. Starker Wandel im Zahlungsverhalten
3. Persönliches Marketing
4. Deine Mitarbeiter



01 Omnichannel-Konzepte

Spätestens seit 2020 ist das Buzz-Wort „Omnichannel“ in aller Munde, wenn es um den Handel geht. Doch was genau bedeutet das?

Wir finden „Omnichannel“ oft in Verbindung mit den Stichworten „Marketing“, „Strategie“ und „Kanäle“ vor. Omnichannel ist ein Geschäftsmodell für Unternehmen, welches über mehrere Kanäle mit Kunden in Kontakt tritt. Das Hauptziel ist, die Kundenerfahrung durch gleichzeitige Kundenkontaktpunkte zu verbessern. Die jeweilige betriebsinterne Strategie ist kundenzentriert.

Außerdem geht es darum, veränderte Kundenerwartungen der Zielgruppen an den Online- und Offlinehandel zu decken. Welche Kanäle ergeben für eine Omnichannel-Lösung Sinn? Dazu gehören Offlineangebote im Printbereich und im stationären Handel. Onlineangebote sind ebenso relevant: Social Media, Webseiten, Apps für mobile Endgeräte und anderweitige Onlineanwendungen.

Noch ein ähnlicher Begriff kursiert im Netz herum. Es geht um den „Multichannel“. Im Gegensatz zum Omnichannel konzentrieren sich Multichannel-Strategien auf Vertriebswege und weniger auf die Kundenerfahrung an sich. Kanäle sind oft identisch zu Omnichannel-Konzepten.

Konzeptbeispiele

Omnichannel-Services unterscheiden sich branchenabhängig. Ein Element vereint die Konzepte: die Verschmelzung zwischen Online- und Offlinediensten. Hier sind einige Konzeptbeispiele, die sich Konsumenten womöglich von Deinem Geschäft wünschen, falls Du sie nicht schon etabliert hast.

Vor dem Ladenkauf informieren sich Konsumenten vorher online über das Angebot und das Geschäft selbst. Dann reservieren oder bestellen sie ggf. im Onlineshop über das Smartphone oder ein anderes mobiles Gerät, um das Produkt vor Ort abzuholen. „Click & Collect“ ist bei den Konsumenten branchenübergreifend überaus beliebt.

Auch verbreitet: Im Gegenteil zum ersten Punkt bevorzugen es manche Menschen, sich erstmal vor Ort im Geschäft zu informieren, um einige Zeit später online zu bestellen. Ist der Ladenbesucher schon im Geschäft hin und weg vom Produkt, lässt sich der Einkäufer gerne die im Laden gekaufte Ware nach Hause liefern. Beim Einkaufen möchten die Konsumenten flexibel bleiben. Wenn sie online etwas kaufen, ist die Möglichkeit, das Produkt später im Laden zurückzugeben, wünschenswert.

Offline oder lieber online?

Viele Unternehmen bauen Home-Office-Kapazitäten aus, steigen auf virtuelle Kommunikation um, verwenden Onlineshops und bargeldlose Zahlungssysteme. Das sind zunehmend strategische Entscheidungen, die Technologien des Einzelhandels transformieren.

Während wir in Deutschland seit der Pandemie vermehrt Lebensmittel online kaufen, profitieren andere Branchen von der Digitalisierung schon länger. Elektrogeräte, Baumarktartikel und Einrichtungswaren (Möbel u.s.w.) bestellen Konsumenten seit einigen Jahren gerne online.

Einfach mal testen? Fordere unverbindlich eine Demo an!

KOSTENLOSE DEMO

Tillhub unterstützt durch seine offenen Systeme Omnichannel-Konzepte. Durch ein Dashboard verbinden wir alle Kanäle auf einen Blick. **Brauchst Du noch ein zukunftsreifes Kassensystem? Tillhub bietet eine auf Dein Geschäft zugeschnittene All-in-One-Lösung.**



02 Starker Wandel im Zahlungsverhalten

Seit der Coronakrise hat sich das Zahlungsverhalten hin zu bargeldlosen Zahlungsmethoden deutlich verändert. Für Händler führt also kein Weg mehr an Kartenzahlungen vorbei. Oft tritt als Nebeneffekt ein, dass es mehr Geld einbringt. Mehr Details dazu und warum sich Kartenzahlung lohnt, findest Du in unserem Blogartikel: [Warum Kartenzahlung mehr Umsatz einbringt](#).

Wer kennt es nicht: Man ist eh schon zu spät zu seiner Verabredung und muss vorher nochmal Blumen, Kaugummis oder eine Aufmerksamkeit besorgen. Das Einzige, was man hier gar nicht hören möchte: „Nur Barzahlung möglich.“

Das spannt nicht nur die Kundenbeziehung an, sondern verhindert möglichen Umsatz. Kartenzahlung ist also eine Möglichkeit wie Du mehr Kunden in Deinen Laden bekommst und bindest.

Heutzutage ist es so einfach, alle gängigen bargeldlosen Zahlungsarten zu akzeptieren – auch für kleinere Shops. Mit einem mobilen Kassensystem und einem dazugehörigen Kartenterminal, wie Du es beispielsweise auch in Verbindung mit dem [iPad Kassensystem von Tillhub](#) findest, kann es direkt losgehen. Damit kannst Du Deine Kunden zukünftig auch mit Kredit-, Maestro-, EC-Karte oder Mobile/Apple Pay abkassieren.

Zahlreiche Studien bestätigen: Je jünger die Kunden, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit der bargeldlosen Zahlung. Durch den jährlich ansteigenden Wohlstand in Deutschland ist das junge Kundensegment kaufstark und dadurch beachtungswürdig für interne Geschäftsstrategien.

Was ist Apple Pay (oder Mobile/Google Pay) und wer nutzt es?

Apple Pay ist ein Bezahldienst von Apple, mit dem Kunden auch an kontaktlosen Bezahlterminals abgerechnet werden können. Google Pay verbindet Google Wallet und Android Pay. Das sind alles mobile, bargeldlose Zahlungsdienste, die Nutzer meist auf dem Handy verwenden. Das kannst Du Dir also so vorstellen: Kunden, deren Banken an Apple Pay teilnehmen, können sich mit ihrer Kredit- oder Debitkarte verbinden und ab sofort mit dem iPhone oder der Apple Watch bezahlen, indem sie das Gerät an das Kartenterminal halten. Voraussetzung ist, dass das iPhone vor dem Bezahlen per Face ID oder Touch ID entsperrt wird. So sehen die Symbole dafür aus:



Vorerst konnten dieses System Kunden der Deutschen Dank, Comdirect, HypoVereinsbank, Boon, Bung, N26 und Fidor nutzen. Seit 2019 auch Kunden der Consorbank, DKB, ING-DiBa, Revolut, Sodexo, Viabury, Crosscard, Fleetmoney und Consors Finanz BNP Paribas.

Apple Pay kann grundsätzlich jeder nutzen, der ein iPhone oder eine Apple Watch hat. Das bedeutet konkret: mehr als jeder 5. Deutsche. Das weitet Deine Zielgruppe enorm aus und lockt technologieversierte Kunden in Dein Geschäft. Zusätzlich ist das Ganze auch noch ziemlich datensicher, da beim Bezahlen mit Apple Pay keine Kartendaten mit Dir als Händler geteilt werden.

Welche Vorteile bieten Kartenzahlungen für mich als Händler?

Mehr Umsatz durch Kartenzahlungen

Größere Flexibilität hinsichtlich der Zahlungsmöglichkeiten ermöglicht Dir auch Spontankunden durch mehr Laufkundschaft abzukassieren, die einfach mal eben so in Deinen Laden schlendern. So haben zum Beispiel auch Touristen die Chance zu shoppen ohne erst einmal Bargeld wechseln oder abheben zu müssen. Pluspunkte für Dich!

Neue Zielgruppen gewinnen

Wer Kunden ein bequemes und stressfreies Einkaufserlebnis bieten kann, setzt sich langfristig am Markt durch. Dazu zählt ebenfalls, dass man auch dann bezahlen kann, wenn man einmal kein Bargeld in der Tasche hat. Empfehlenswert ist, dass Du bereits am Eingang Deines Geschäftes mit Stickern signalisierst: Wir akzeptieren auch bargeldloses Bezahlen.

Kartenzahlung: Sicherer Kassieren ohne Cash

Wer bargeldlos zahlt, der macht sich meistens erkenntlich. Für Dich konkret bedeutet das, dass Du Risiken wie Falschgeld, Diebstahl oder Unterschlagung minimierst und dadurch in Deinem Geschäft sicherer unterwegs bist. Das wird bestimmt auch Deinen Mitarbeitern ein besseres Gefühl geben.

Weniger Aufwand, weniger Fehler durch Kartenzahlung

Kartenzahlung im Handel reduziert Kosten und Aufwand, denn Du sparst Dir die Wechselgeldbeschaffung, minimiert Fehler bei der Wechselgeldausgabe und sparst Zeit nach Ladenschluss, um den Kassenbestand zu zählen. Zusätzlich muss kein Geld mehr zur Bank gebracht und eingezahlt werden. Klingt unkomplizierter, oder?

Schnelleres Abkassieren

Bargeldlos lässt sich einfach schneller Abkassieren, das ist Fakt. Das gefällt sowohl Deinen Kunden als auch Deinen Mitarbeiter, denn es bleibt Zeit für schönere Dinge im Arbeitsalltag, zum Beispiel einen kleinen Plausch mit den Kunden.

Alle Ausgaben auf einen Blick

Kartenzahlungen werden im System genau hinterlegt, so hast Du als Händler am Ende des Monats auch eine konkrete Auflistung der bargeldlosen Einnahmen. Das hilft vor allem beim GoBD-konformen Abrechnen. In unserem GoBD-Ratgeber findest Du alle Informationen zu diesem Thema.

Sicherheit durch Kartenzahlung

Wer mit Kreditkarte zahlt, der hat in der Regel etwas Zeit bis das Geld abgebucht wird. Bei EC-Karten sind es ca. 2-3 Werktage. Das ist sowohl für Deine Kunden als auch für Dich als Händler bequem, denn am Ende kannst Du Dir immer sicher sein, dass das Geld garantiert ankommt. Zusätzliche besteht nicht die Gefahr, dass es einem entwendet werden kann.

Kartenzahlung bietet Vorteile für Deine Kunden

Neben einem längeren Zahlungsziel genießen Kunden von Kreditkarten auch andere Vorteile, wie zum Beispiel eine Rückvergütung beim Einkauf, das sogenannte Cashback. Wird die Kreditkarte also für einen Einkauf verwendet, erhält der Besitzer entweder Punkte oder Geld zurück. Deshalb ist die Zahlung mit Kreditkarten häufig interessanter und wird Deinem Geschäft weitere Sympathiepunkte verleihen.

03 Persönliches Marketing wird der Erfolgsfaktor am POS 2021

Warum ist persönliches Marketing so wichtig? Angetrieben durch Corona-Regelungen verlagert sich der Handel zunehmend in den Onlinebereich. Reaktionsmuster der Kunden sind immer noch ähnlich zum physischen Shopperlebnis. In anderen Worten gibt es im Geschäft eine persönliche Ebene, die im Optimalfall Sicherheit, Aufgehobenheit, Seriösität und Qualität ausstrahlt. Auch online versuchen Menschen, diese Emotionen und Werte zu finden, bevor sie Waren letztendlich kaufen.

Damit Deine neue persönliche Marketingstrategie auch fruchtet, ist laut den Experten Regelmäßigkeit der Schlüssel zu erfolgreichem Verkaufen (sowie effizientem Cross- und Up-Selling).

Diese konsequente Interaktion mit den Kunden in hoher Frequenz, also auch mehrere Male pro Tag, ist elementar für den eigenen Unternehmenserfolg. Dafür solltest Du das Kaufverhalten Deiner Kunden mindestens so gut kennen, wie sie selber. Ein [umfangreiches Kundenmanagementsystem](#) gehört 2021 daher in jedes Geschäft.



MARKETING



Um Dein Marketingbudget in diesem Jahr nicht in astronomische Höhen zu schrauben, bietet sich Werbung auf Social-Media an. Mit der richtigen Strategie kannst Du das beste Verhältnis aus Kosten und Ergebnis erzielen, um Dein Geschäftsjahr 2021 erfolgreicher zu gestalten!

Wie das geht? Wir haben auf unserem Blog ausführliche Artikel verfasst, welche Dir einen effektiven Ausbau für Dein Marketing Schritt für Schritt erklären. Dort findest Du essenziellen Content für Deine individuelle Strategie:

- [Generation Z - Marketing im Einzelhandel](#)
- [Braucht Dein Geschäft Social Media Influencer?](#)
- [Den perfekten Social-Media-Post verfassen](#)



04 Deine Mitarbeiter

Um all diese digitalen Herausforderungen und gesetzlichen Veränderungen zu bewältigen, solltest Du eine Sache in diesem Jahr auf keinen Fall außer Acht lassen: Deine Mitarbeiter (oder falls Du (noch) keine hast - Dich selbst!).

Im Zuge der Digitalisierung wird diese menschliche Komponente nicht etwa weniger wichtig, stattdessen nimmt die Bedeutung der zwischenmenschlichen Interaktion drastisch zu. Denn in Zeiten von unpersönlichem und ungreifbarem Onlinehandel kommen die Kunden genau aufgrund dieser emotionalen Faktoren zu Dir in Dein Geschäft. Sie wollen ehrliche Meinungen von Dir und Deinen Mitarbeitern hören. Kunden wollen echte Eindrücke zum Produkt sammeln und fühlen, denn sie wollen die Kaufentscheidung in einer angenehmen Atmosphäre treffen.

Damit Du solche Gefühle auch erzeugen und bedienen kannst, ist es also 2021 umso wichtiger, dass Deine Mitarbeiter sich im ersten Schritt auch wohl fühlen. [Das fängt schon bei der Einarbeitung an](#) und führt sich über den gesamten Arbeitsalltag fort. Gehe offen und ehrlich mit ihnen um, sammle regelmäßig Feedback ein, gib ihnen die Möglichkeit sich weiterzubilden und zu entfalten.

So wird Point-of-Sale zu Point-of-Social: Gestalte den Verkaufsprozess so einfach und komfortabel wie möglich - um Deinen Mitarbeitern und Kunden so viel Zeit und Nerven zu sparen, die sie in bessere Beratung und ein schöneres Einkaufserlebnis investieren können.

Mit der [Umstellung auf ein digitales Kassensystem](#) werden Deine Mitarbeiter endlich alle wichtigen Informationen zu Lagerbestand, Warenwirtschaft, Kundendetails u.v.m. direkt mobil zur Hand haben. Selbstverständlich wird damit auch das Payment mobiler. Experten gehen hier von einer signifikanten Zunahme diverser Bezahlungsmöglichkeiten (Kontaktlos/NFC, Kreditkarte und sogar Kryptowährung) aus.

Über Tillhub

Wir von Tillhub haben ein benutzerfreundliches Cloud-Kassensystem für Einzelhändler und Dienstleister als App fürs iPad entwickelt. Und zwar so, dass jeder damit abkassieren kann, ohne technische Vorkenntnisse besitzen zu müssen. Du genauso wie Deine Mitarbeiter.

Doch Tillhub ist so viel mehr als nur Kassieren. Es ist Dein Partner-in-crime im täglichen Arbeitswahnsinn. Mit Funktionen fürs Kunden- und Mitarbeitermanagement, Warenwirtschaft, Datev-Exporte für den Steuerberater und für intelligente Anbindungen, erleichtern Tillhubkassen das Leben von tausenden Unternehmern und Mitarbeitern täglich.

Wie wir das schaffen? Mithilfe eines Dashboards kannst Du beispielsweise die Verkäufe von heute, gestern oder letztem Jahr auf einen Blick einsehen. Das ermöglicht Dir vor allem Umsatzanalysen in Echtzeit, und zwar von jedem Ort auf der Welt. Das Dashboard lässt sich nämlich mit jedem beliebigen Browser öffnen. Das Einzige, was Du dafür brauchst, ist eine funktionierende Internetverbindung.

Du merkst, mit Tillhub möchten wir Dir auf dem Weg in die Digitalisierung ein verlässliches Tool an die Hand geben, damit Du Dich wieder auf die wichtigen Angelegenheiten konzentrieren kannst - nämlich Deinem POS noch kundenfreundlicher zu gestalten.

In unserem Tillhub Blog (www.w.blog.tillhub.de) findest Du noch viele weitere Inspirationen und Ideen, die Dir die Zukunft Deines Geschäfts weisen.

Dein Tillhub-Team