

16.12.2020

Ausgabe 46 / 2020

DigitalSnacks

Die bisherigen DigitalSnacks:

31. Warum auch 2020 gute Inhalte der Weg zur optimalen Platzierung in Suchmaschinen ist:
32. Förderung „Digital Jetzt“
33. „Nicht nur klicken, auch anfassen!“ – Kampagne zur Stärkung des lokalen Einzelhandels startet am 15.9.
34. Wettbewerbsfähigkeit in der Coronakrise nicht ohne E-Commerce
35. Payment via QR-Code 1
36. Förderung „Digital Jetzt“-Details
37. Online-Events in Kooperation mit anderen Händlern
38. Chatgruppe unter Ladeninhaber- Ein Erfahrungsbericht
39. Vertrauen durch Abmahnschutz & Gütesiege
40. Mehr Sichtbarkeit mit einem Branded Hashtag
41. "Kostenlose Schulungen zu digitalen Themen mit QUICKSTART-ONLINE".
42. Erfolgreich auf Instagram – Eine kleine Anleitung
43. Black Friday, am 27.11.2020
44. Content für Ihren Anlass
45. Förderungen für das Jahr 2021
46. **Corona-Lockdown: Tipps für den Handel**

Tipps und Tricks

Corona-Lockdown: Tipps für den Handel

Im Folgenden zeigen wir Möglichkeiten auf, was Sie trotz dieser schwierigen Situation tun können.

Die vorliegende Inhalte sind von der IHK Düsseldorf übernommen und durch uns ergänzt worden.

1) Individuelle Liefer- oder Abholservices anbieten

Bieten Sie einen individuellen Liefer- und Abholservice an! Um Ihren Umsatz zu erhöhen, können Sie Waren zustellen oder von Kundinnen und Kunden abholen lassen. Schnüren Sie ggf. kleine Eventpakete zur Abholung, die besonders viel „Lust auf mehr“ machen. Überlegen Sie, ob eine Kooperation mit einem Taxiunternehmen oder einem lokalen Logistikanbieter möglich ist, um Ihre Ware zur Kundschaft bringen zu lassen. Bitte beachten Sie aber auch immer die vom Land NRW vorgegebenen Maßnahmen zur Hygiene. Eine Übersicht von Initiativen finden Sie [HIER](#).

2) Portale für Liefer- oder Abholservices nutzen

Reaktivieren Sie Ihre Portale für Liefer- und Abholservices: In zahlreichen Städten und Stadtteilen haben sich während des ersten Lockdowns Händler, Dienstleister und Gastronomen zusammengeschlossen, um gemeinsam Liefer- oder Abholservices anzubieten oder darüber zu informieren, welche Betriebe liefern. Initiatoren waren neben den Unternehmen lokale Interessengemeinschaften, externe Dienstleister oder die Kommunen selbst, beispielsweise über ihre Stadtmarketingorganisationen. Eine Übersicht von Initiativen finden Sie [HIER](#).

3) Machen Sie darüber hinaus Ihren Abhol- und Lieferservice bekannt

- a) Erstellen Sie hierfür einen Eintrag bei „Google my Business“, so dass Sie in der Suchmaschine von Ihren Kunden gefunden werden.
- b) Kontaktieren Sie die Presse.

- c) Machen Sie einen Aushang im Schaufenster.
- d) Informieren Sie Ihre Kunden persönlich (per Mail, Newsletter oder Telefon). Nutzen Sie zudem soziale Medien (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Xing).
- e) Achten Sie auf eine einheitliche Kommunikation, einheitliches Corporate Design (für eine bessere Wiedererkennung).
- f) Richten Sie eine gut strukturierte Homepage ein, die Ihren Kunden hilft sich besser über Ihr Sortiment, Kontaktdaten und Öffnungszeiten zu informieren.
- g) Achten Sie bei Allem auf eine ansprechende Bildsprache.

4) Kundenbeziehungen online pflegen und neue Wege gehen

Nutzen Sie, je nach Ziel- und Kundengruppe, digitale Plattformen wie Facebook, Instagram, Snapchat oder YouTube, um den Kontakt zu Kundinnen und Kunden aufrecht zu halten; insbesondere, wenn Sie Ihr Geschäft schließen mussten. So können Sie über aktuelle Angebote (Lieferservice, Gutschein-programme, Live-Streams, etc.) informieren und beraten. Für den unmittelbaren Austausch sind beispielsweise auch WhatsApp oder Facetime geeignet. Auch für Dienstleister kann es sich lohnen, diese Kanäle – auf neue Art und Weise – zu bespielen. Schauen Sie sich dazu [unsere Mediathek](#) an. Wenn Sie bei der Einrichtung von WhatsApp-Business Hilfe benötigen, kontaktieren Sie uns gerne.

5) Klassische Instrumente wie Newsletter und Telefonberatung anbieten

Trotz vieler Möglichkeiten in der digitalen Welt, können – gerade in Krisenzeiten – auch der klassische Email-Newsletter oder die telefonische Beratung helfen, Angebote, Aktionen und Services zu platzieren – vor allem bei Stammkunden.

6) Mit Gutscheinen die Krise überbrücken

Wenn es Betrieben untersagt ist zu öffnen, dürfen sie dennoch Gutscheine verkaufen. Diese erhöhen die Liquidität, auch wenn die Leistung erst nach der Wiedereröffnung zu erbringen ist. Entsprechende Lösungen sind auch stadtteil- oder stadtweit über Portale denkbar. Eine Übersicht von Initiativen finden Sie [HIER](#).

7) Kosten sparen bei der GEMA oder der GEZ

Melden Sie sich bei der GEMA oder der GEZ – teilweise können Sie Gebühren sparen. [Weitere Informationen.](#)

8) Auf digitalen Kanälen inspirieren lassen

Nutzen Sie die digitale Welt, um sich inspirieren zu lassen. Es gibt zahlreiche Gruppen in den sozialen Medien, in denen sich Händler, Gastronomen, Hoteliers und Veranstalter austauschen und untereinander helfen. Die Übersicht der Beispiele ist nicht abschließend. Sie zeigt aber, dass es sich gerade in Krisenzeiten lohnt, mit neuen – digitalen – Möglichkeiten auseinanderzusetzen.¹

¹ Vgl. <https://www.duesseldorf.ihk.de/corona/corona-lockdown-tipps-fuer-die-gastronomie-4928526>



Ebenso sind die Coaches auf [Facebook](#) und [Instagram](#) vertreten. Hier gibt es jede Woche interessante Themen, Tricks und Best Practice Beispiele.

Wir freuen uns über eine Rezension bei Google. [Hier klicken.](#)

Um Ihnen eine Plattform zum Austausch mit anderen Händlern zu ermöglichen, haben wir auf Facebook eine Erfahrungsgruppe eingestellt. Wir hoffen, dass Sie der Gruppe beitreten und zum Austausch anregen. Treten Sie der Gruppe bei. [Hier klicken.](#)

*Besuchen Sie unsere neue Digitalcoach-Website <https://digitalcoachnrw.de/>. Buchen Sie einen Termin mit Ihrem Digitalcoach mit der Suchfunktion unter: <https://digitalcoachnrw.de/digitalcoach-suche/>.

