

Perfect**Money**[®]

Die Nr. 1 bei innovativen Bezahlösungen!

5

**einfache Maßnahmen für
mehr Umsatz- und
Gewinnsteigerung**

**für Geschäftsführer
im Einzelhandel**





Sie haben in der aktuellen Situation während der Pandemie sicher auch festgestellt, dass sich die Tagesabläufe und das Konsumverhalten der Menschen nachhaltig verändert haben:

Spontankäufe finden nicht mehr so häufig statt, weil weniger Menschen auf den Straßen unterwegs sind. Viele Unternehmen bieten ihren Mitarbeitern die Möglichkeit von Zuhause aus zu arbeiten - dadurch **entfällt** ihr Arbeitsweg und Ihnen wiederum die **Laufkundschaft**.

Und sicherlich werden Sie auch miterlebt haben, wie vor allem am Anfang - während der Einführung der verschärften Schutzmaßnahmen - Ihre Mitarbeiter mit den neuen Regeln zu kämpfen hatten.

Maskenpflicht, Abstandsregeln oder Begrenzung der Anzahl an Menschen, die sich gleichzeitig in den Läden aufhalten dürfen, prägen das Kaufverhalten der Konsumenten. Das kann für Sie Umsatzrückgänge zur Folge haben.

Fakt ist: Corona verdirbt die Kauflust.

Wenn Ihnen das bekannt vorkommt, dann **nutzen Sie die folgende Checkliste** und prüfen Sie Punkt für Punkt, wo Ressourcen gehoben werden können, und wo Sie Ihren Kunden als Frequenz-Treiber mehr Bequemlichkeit (Convenience) bieten können, **um so mehr Umsatz zu machen**.

-
- 1** Cross-Selling und die Frage: “Darf es noch etwas zum ... sein?”

 - 2** Kunden-Convenience-Vorteil: Nutzen Sie Self-Scan-Kassen

 - 3** Vermeiden Sie unbedingt Warteschlangen

 - 4** Cashback zur Bargeldbeschaffung für Ihre Kunden und mehr Umsatz für Sie

 - 5** Geschlossener Bargeldkreislauf für 8 – 10 % mehr Umsatz in Ihrer Kasse
-

1 **Cross- und Upselling** und die Frage: „Darf es noch etwas zum ... sein?“

Nutzen Ihre Verkäufer den Umsatzbringer Zusatzverkauf?

Damit ist das 1x1 der Fragen nach weiteren Bedürfnissen Ihrer Kunden gemeint. Wenn Ihre Verkäufer diese Fragen nicht im Schlaf beherrschen, verschenken Sie nämlich jede Menge Umsatz.

Mit der einfachen Frage „**Darf es noch etwas zum Trinken sein?**“ ist ganz schnell zusätzlich ein Getränk verkauft. Fragen Sie Ihren Kunden nach weiteren Bedürfnissen. Glaubt er keine zu haben, weckt eine Frage oder ein Angebot „**Wie wäre es mit einer leckeren Grillsoße für Ihre Steaks?**“ einen Bedarf. Es ruft eine Vorstellung im Gehirn auf und macht im wahrsten Sinne des Wortes den Mund wässrig.

Setzen Sie diese Fragen zur Bedürfnisabfrage und -weckung gezielt ein, wenn Sie Ihren **Abverkauf steigern** möchten. Verschenken Sie diese Gelegenheit nicht, wenn ein Kunde in Ihrem Geschäft ist und fragen Sie ihn, was er sonst noch brauchen könnte. Sonst tut's ein anderer.



upselling

Das funktioniert genauso mit Zubehör und anderen Artikeln aus Ihrem Sortiment:

- Bieten Sie Cross-Selling-Produkte intelligent an. Falls Sie es noch nicht getan haben, schulen Sie Ihre Verkäufer, wie sie mittels Beratung Zusatzverkäufe erzielen. **Erstellen Sie eine Liste mit Cross-Selling-Fragen**, die zu Ihrem Sortiment passen. Üben Sie diese Fragestellungen mit Ihren Verkäufern, um ihnen die Hemmschwelle zu nehmen. Die Fragen sollen ihnen **sympathisch und mit einem Lächeln über die Lippen kommen**.
- Ideal ist dabei, den Blickkontakt zum Kunden zu halten. **Geben Sie Tipps**, mit welchen Produkten oder Rezepten der Grillabend noch leckerer oder einfacher wird. Bieten Sie beispielsweise Produkte an, die das neue Paar Schuhe pflegen wie z. B. Schuhspanner und Lederpflege. Das funktioniert in jeder Branche.
- **Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter gegebenenfalls dazu, bis es zur Gewohnheit geworden ist**. Am besten entlasten Sie Ihre Fachkräfte von Aufgaben, die Zeit kosten und **nicht unmittelbar zum Verkauf** gehören wie beispielsweise dem Kassieren. Erledigt der Kunde den Kassiervorgang an einem Automaten selbst, spart das jede Menge Zeit und Kosten.

Positiver Nebeneffekt des Cross-Selling:

Überdurchschnittlich begeisterte Kunden. Wenn der Kundenservice stimmt und Ihre Kunden beispielsweise wissen, wie sie das Produkt durch Zubehör schützen, länger erhalten und noch mehr Spaß und Nutzen daran haben, fühlen sie sich gut bedient und beraten. Das bedeutet im besten Fall für Sie: **eine höhere Kundenbindung und wiederkehrende Kunden**.

2

Kunden-Convenience-Vorteil: Nutzen Sie Self-Scan-Kassen

Eine aktuelle Umfrage hat ergeben: Beinahe **50 % der Verbraucher** wünschen sich Services wie **Self-Scan-Kassen**. Dabei spielen zwei wichtige Faktoren in Bezug auf Self-Scan-Kassen eine Rolle: **Wartezeit und Zeit, die der Bezahlvorgang beansprucht.**

62 % der Befragten gaben hier an, dass die Warteschlangen bei Selbstbedienungskassen kürzer sind. Während 35 % sogar beim Bezahlen schneller fertig wurden als an normalen Kassen.

Diese Technik lohnt sich auch in kleineren Ladengeschäften. Denn der **Faktor Zeit** spielt auch bei **Kunden eine immer größere Rolle**. Deshalb wird ihnen diese Möglichkeit den **Einkauf selbst abzuschließen immer wichtiger.**

Kalkulieren Sie, ob sich diese Investition nicht auch für Ihr Geschäft rechnen und schnell amortisieren könnte. Gerade in Ballungszentren mit vielen kleineren Einkäufen können Self-Scan-Kassen ein absoluter Vorteil sein.

Führen große Player wie Decathlon (Ende April 2020) in einigen Filialen das Self-Checkout-Verfahren ein, hat das zur Folge, dass die **Akzeptanz** und die Erwartungshaltung der Kunden **deutlich schneller steigt.**

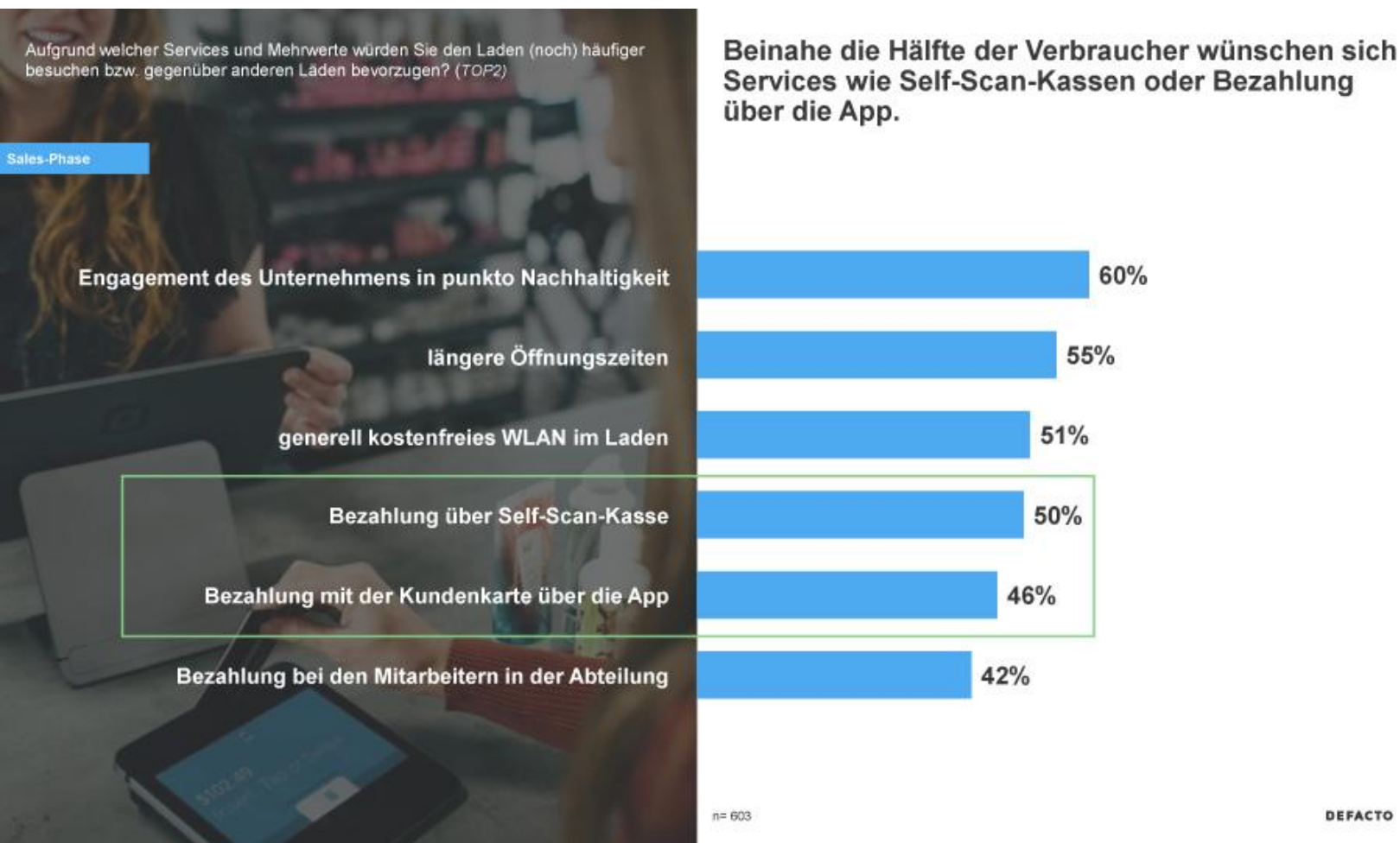
In Zeiten von Infektionsschutz und Vermeidung von Schlangenbildung scheint dieses **Bezahlkonzept** umso **passender** und vor allem **wirtschaftlicher.**

Beispielsweise bietet Mr. Wash das Auto-Hand-Waxing über Self-Service am Automaten an, ganz einfach, ohne Schlange stehen.

Im Duty-free-Shop Berlin-Tegel können sich Reisende vor dem Abflug schnell noch eine Flasche Wasser per Selbstbedienung kaufen: Flasche nehmen, am Automaten einscannen, bezahlen und mitnehmen.

Ganz ohne Personaleinsatz.

Das ist eine sehr zukunftsorientierte Lösung, die Ihren Kunden **Flexibilität** und **mehr Hygiene** bietet, da sie die **Kontaktkette unterbricht**.





3

Vermeiden Sie unbedingt Warteschlangen

Warteschlangen sind Kunden zunehmend zuwider und **veranlassen zum Weitergehen**, nicht zum Anstellen. Schaffen Sie Lösungen, damit Ihre Kunden Ihren Einkauf ohne vertane Zeit erledigen können.

Muss Ihr Kunde in einer Kassenschlange warten, verärgern Sie ihn und verlieren ihn womöglich für die Zukunft.

Gehen Sie daher grundsätzlich sehr vorsichtig mit der Zeit Ihres Kunden um - optimieren Sie Ihre Prozesse in beiderseitigem Interesse.

Beschleunigen Sie als allererstes Ihre Kassiervorgänge und sämtliche damit verbundenen Abläufe:

- ca. 7 % schneller durch separaten Kassenplatz: Wenn Sie einen hohen Kundendurchsatz haben, werden Sie mit einem Mitarbeiter, der ausschließlich den Kassiervorgang abwickelt rund 7 % schneller. Denkbar ist auch der ausschließliche Einsatz zu Stoßzeiten, um Warteschlangen zu verhindern. Auch ist der Einsatz von Kassenkräften meist günstiger als von qualifizierten Fachverkäufern.
- rund 30 % schneller werden Sie mit automatischen Bezahlssystemen wie Bezahl-/Kassenautomaten. Lassen Sie Ihren Kunden den **Bezahlvorgang selbst vornehmen**, so wird der Prozess am effektivsten und hygienischsten. Der Kunde gibt seine Bestellung auf, der Verkäufer erfasst alles über die Kasse und richtet bzw. verpackt den Einkauf während der Kunde am Kassenautomat bezahlt. **Das verkürzt lästige Wartezeiten enorm**. So entsteht Zeit für mehr Service und Beratung. Gleichzeitig erhöht sich durch diese Systeme der **Hygiene-Schutz für Kunde und Verkäufer**, weil die Kontaktkette von Mensch zu Mensch und Lebensmittel/Produkt unterbrochen wird.
- Erweitern Sie Ihren Service um neue Zahlungsarten zusätzlich zur notwendigen Barzahlung. Ihre Zielgruppe ist nicht einheitlich und hat unterschiedliche Erwartungen, vor allem bei den Bezahlmethoden. Ergänzen Sie die Barzahlung deshalb um Karten- und kontaktloses Zahlen.

Das hat einen weiteren Vorteil:

Kartenzahlung ist auch die **Voraussetzung** für mehr Umsatz mittels **Cashback** zur Bargeldbeschaffung der Kunden an Ihrer Kasse.

4

Cashback zur Bargeldbeschaffung für Ihre Kunden und mehr Umsatz für Sie

Umfrageergebnisse zeigen deutlich das Potenzial von Cashback für den Einzelhandel auf. Die Banken- und Automatendichte sinkt sehr schnell, wodurch die Bargeldversorgung Ihrer Kunden vor allem im ländlichen Raum schwieriger wird.

Mit einem Bargeldservice an Ihrem POS stiften Sie einen Kundenmehrwert und **heben sich von Ihrem Wettbewerb ab**.

Kunden bevorzugen Läden mit Cashback, so die Zahlen der Cashback-Studie von KANTAR: Jeder Vierte macht bereits die Wahl seiner Einkaufsstätte davon abhängig, ob Cashback als Service angeboten wird. 63 % schätzen die Praktikabilität.

Ihre Kunden verbinden so Bargeldbezug und Einkauf: Durch das "schnell mal Geld holen" **entsteht Raum für Spontankäufe**.

So gilt auch hier, fragen Sie Ihren Kunden und bieten Sie Convenience:

„Hätten Sie gern noch etwas Bargeld?“

Wer überlegt sich bei dieser Frage nicht, wie es in seinem Portemonnaie aussieht? Schon seit Jahren werden Rewe-Kunden beim Bezahlen an der Kasse immer mal wieder proaktiv an diesen Service erinnert.

Die Bargeldauszahlung beim Einkauf hat sich seitdem gerade im LEH zum Renner entwickelt. Die Payment-Studie des EHI Retail Institute von Juni 2020 zeigt, dass **2,8 % des gesamten Bargeldumsatzes via „Cashback“** wieder an die Kunden ausgezahlt wird.

Die Vorteile:

Mehr Komfort für Ihre Kunden:

Ihr **Kunde spart Zeit** und den Weg zum Geldautomaten und profitiert davon, dass keine Gebühren anfallen.

Geringere Kosten für Sie:

Für Sie als **Unternehmer reduziert** sich der **Aufwand des Bargeldhandlings intern** und für das Prüfen, Verarbeiten und Einzahlen bei der Bank. Da Sie weniger Bargeld in der Kasse und mehr Geld digitalisiert direkt auf dem Konto zur Verfügung haben.

Voraussetzung für Cashback ist, dass Sie ein Kartenterminal im Einsatz haben. Die Höhe der elektronischen Cash-Transaktion sollte mindestens 20 Euro betragen.

BEKANNTHEIT & NUTZUNG



nutzen Cash Back gelegentlich bis regelmäßig.

79%

kennen Cash Back.



Cash Back Nutzer gehen seltener zur Bank.



Für jeden Vierten ist Cash Back als Service maßgeblich für die Wahl der Einkaufsstätte.

DAS SCHÄTZEN NUTZER

54%



Zeitersparnis durch Cash Back

63%



Praktisch, spart den Weg zum Geldautomaten

22%



Keine Geldautomatengebühren

ZUKUNFT UND POTENZIAL VON CASH BACK

Händler können die Bargeldliebe der Verbraucher gewinnbringend durch Cash Back nutzen.



Die Befragten, die den Bargeld-Service bisher nicht kennen, würden Cash Back in Zukunft intensiver nutzen:

39% ← STADT

Wenn der Service in bevorzugten Geschäften angeboten wird.

→ LAND 49%

30% Wenn der Weg zur Bankfiliale weiter wird.



5

Geschlossener Bargeldkreislauf für 8 – 10 % mehr Umsatz in Ihrer Kasse

Können Sie es sich leisten auf schätzungsweise 8 – 10 % Ihres Umsatzes zu verzichten?

Soviel mehr Bargeld haben Geschäftsinhaber abends in der Kasse, die **Sicherheitsvorkehrungen treffen**. Deshalb stellt sich die Frage: Haben Sie einen geschlossenen Bargeldkreislauf zur Vermeidung von Bargelddiebstahl?

Bargeldschwund ist ein Thema, über das niemand gern spricht, von dem aber fast alle wissentlich oder oft auch unwissentlich betroffen sind.

Geschlossener Bargeldkreislauf bedeutet, dass das Bargeld nach der Übergabe durch den Kunden vor Zugriff geschützt ist. Ihre Mitarbeiter tragen kein Bargeld zu einer Sammelstelle, die **manuelle Handhabung entfällt gänzlich**.

Münzen und Banknoten werden direkt an der Verkaufsstelle für das **Wechselgeld wiederverwendet** und sind bis zur Verwendung am nächsten Morgen **sicher verwahrt**.

Ein Bezahlautomat, auch Kassenautomat genannt, bietet einen geschlossenen Bargeldkreislauf. Ihr Kunde bezahlt seinen Einkauf, nach dem er bedient wurde an einem Bezahlautomaten.

Ihr Personal hat also keinen Kontakt mehr zum Bargeld, das dann sicher im Automaten verschlossen ist. Dieser Ablauf ist in Hinblick auf Sicherheit und Hygiene unübertroffen. Zudem macht es Ihre sämtlichen **Abläufe wirtschaftlicher und kostengünstiger**.

Sie wollen es einfach und schnell in der Umsetzung?

Dann setzen Sie die eine Maßnahme mit der größten Wirkung um, die sämtliche positiven Effekte nach sich zieht:

Das Automatisieren des Bargeldhandlings

Lassen Sie Bargeldhandling und Kassiervorgang von einem **Bezahlautomaten managen**. Er vereint ALLE zuvor aufgezählten Lösungen in einem und bietet alle gängigen Zahlungsmethoden, maximale Hygiene, Cashback-Funktion, Self-Payment und Self-Scanning sowie größtmögliches Einsparpotential.

Nicht zu vergessen, bietet er Ihren Kunden ein deutlich besseres Einkaufserlebnis und Ihren Mitarbeitern viel attraktivere Arbeitsbedingungen, wenn die zeitintensive und lästige Bargeldhandhabung entfällt. So bleibt mehr Zeit für Zusatzverkäufe.

Ihre manuelle Bargeldhandhabung kostet Sie mehr als 8 € pro Tag?

Das bedeutet, für sämtliche Tätigkeiten im Zusammenhang mit dem Bezahlprozess benötigen Sie mindestens 25 Minuten pro Tag: für Wechselgeldbeschaffung, Kassenbestückung, Abschöpfen, Auffüllen, Zählen, Zählprotokolle, Fehlersuche, Kassenabschluss im 2- oder 4-Augen-Prinzip und Einzahlen bei der Bank. Und natürlich für alle Kassiervorgänge.

Dann lassen Sie sich von einem Experten auf dem Gebiet innovativer Bezahlösungen beraten und ein **individuelles Angebot** zugeschnitten auf **Ihre Ladengröße und Kundendurchsatz** machen. Setzen Sie auf Qualität, auch bei den verbauten Bauteilen, das zahlt sich immer aus.

Das Lösungspaket aus einer Hand zum Durchstarten

Sämtliche aufgeführten Tipps gibt es in einer Lösung vereint und noch gut und gerne 15 weitere Vorteile für Sie und Ihre Mitarbeiter.

Erleichtern Sie sich die Arbeit und beraten Sie sich mit dem Spezialisten, der jahrelange Erfahrung mitbringt, individuell auf Ihre Geschäftssituation eingeht, nach deutschen Qualitätsstandards arbeitet und hochwertige, langlebige Bauteile verarbeitet.

Gerne können Sie uns für eine unverbindliche Beratung kontaktieren. Wählen Sie dazu einfach jetzt die untenstehende Nummer.

07131 15588-200



PerfectMoney®

INNOVATIVE BEZAHLLÖSUNGEN



Das Unternehmen

Die DCSI AG mit dem Geschäftsbereich PerfectMoney ist Entwickler und Hersteller von innovativen Bezahlösungen für bar und bargeldlose Zahlungen. DCSI AG wurde im September 1994 von Vorstand Christian Dieterich gegründet. Als unabhängiger Hersteller von Bezahlösungen entwickelt und fertigt DCSI AG individuelle und maßgeschneiderte Produktlösungen für Kunden rund um den Globus.

Ihr Ansprechpartner

Christian Dieterich
kontakt@perfect-money.de
07131 15588-200



PerfectMoney | Eine Marke der DCSI AG
Talheimer Straße 22-24 | 74223 Flein
07131 15588-0 | info@perfect-money.de
www.perfect-money.de