



# Stay in touch with your customers.

Kunden-Kommunikation während der SARS-CoV-2 bedingten Schließungen

## tipps



### Offene Kommunikation & Transparenz

- über Ladenschließung informieren und ggf. alternative Möglichkeiten anbieten
- Verständnis für die behördlichen Bestimmungen zeigen
- Empathie und Mitgefühl ggü. Mitarbeiter und Kunden (Gesundheit ist wichtig)
- Kunden, um Geduld bitten
- „support your locals“ → nach Unterstützung fragen; Kunden bitten zu warten bis wieder geöffnet wird; Gutscheinkäufe anbieten; Aussicht auf tolle Events/Aktionen und wieder die entsprechende qualitative Beratung
- Erreichbarkeiten kommunizieren: Uhrzeiten und Kanal (E-Mail, Hotline, ...)
- kleine Videos nutzen → sorgt für Nähe und Sympathie (Insta-Stories)
- *Kommunikation mit Maß & Mitte → nicht nerven mit zu viel Botschaften und Content! stets angemessene Botschaften, nicht zu „kommerziell“, immer die Gesamtsituation im Hinterkopf behalten (auch wenn es um das eigene unternehmerische Überleben geht), es könnte sonst auch schnell der Eindruck entstehen, dass die Lage nicht ernst genug genommen wird, wenn man mit dem „Daily Business“ einfach weitermacht und Vertrieb auf Biegen und Brechen assoziiert wird*



### Alternative Vertriebsmöglichkeiten

- wenn vorhanden, dann Online-Shop nutzen → zusätzliche Anreize schaffen, z.B. getätigte Online-Käufe mit doppeltem Bonus dem Kundenkonto gutschreiben
- Beratung per Video-Telefonie anbieten (auch wenn kein Online-Shop)
- Lieferservice für bestellte Waren u./o. kostenfreier Versand → evtl. Möglichkeiten der Stadtgemeinschaft (Bsp. Stadtmarketing Uelzen: <https://www.presseportal.de/pm/142561/4548077>)
- pro Modeberater die Top-Stammkunden (je nach Unternehmensgröße können das 20 oder 50 oder 100 sein) selektieren und diese persönlich kontaktieren: nachfragen Wie es geht Ihnen?, Wie kommen Sie zurecht?, Machen Sie aktuell Home-Office? Bekommen Sie die Kinderbetreuung sichergestellt? (Small-Talk-Themen) → Interesse zeigen und dann Unterstützung anbieten in Form von Auswahl-Zusendungen oder ähnlichen
- telefonischen Kundenservice einrichten bzw. nutzen
  - Fragen zu Bestellungen
  - Fragen zu Abholungen/Änderungen
  - Fragen zu Auswahlen
  - Fragen zu Rückgabe von Event-Tickets (Modenschauen)
  - sonstige Fragen
- Instagram-Stories und Live-Videos für Outfit-Inspirationen oder „Blick hinter die Kulissen“; Was passiert im Modehaus – wenn das geschlossen ist? → Neugier und Spaß vermitteln (entsprechend der Unternehmensphilosophie und -werte agieren)



## tipps



### Regelmäßige News und Trends per

- Newsletter
- Social Media (Facebook, Instagram)
- WhatsApp Chat
- Homepage → Kontaktformular?
- eigene App
  
- **möglicher Content:**
- weiterhin Mode-Inspirationen zeigen unter der Leitidee: „Wenn Sie sich unter den aktuellen Umständen eine kleine Auszeit vom Alltag nehmen möchten und ein wenig Normalität benötigen ...“
- geschlossene Läden, einzelne Mitarbeiter arbeiten trotzdem: „es gibt immer was zu tun“: Instagram-Stories aufnehmen, fotografieren, Online-Bestellungen picken, Pakete packen, Zeit nutzen für Umdekornieren, Fragen über die Kunden-Hotline beantworten
- How to: Wie funktioniert eine Video-Beratung?, Wie funktioniert der WhatsApp Chat?, Welche Service-Leistungen gibt es eigentlich?
- Mitarbeiter-Stories: Wie gehen ausgewählte Mitarbeiter mit der Ladenschließung um?
- falls Familien zur Zielgruppe gehören: Ideen für Familien bieten → Kinderbetreuung zu Hause → Spiel- und Bastelideen
- Planung und Vorbereitungen eines Wiedereröffnungs-Events (sofern diese dann wieder gestattet sind)
  
- Instagram – aktuell häufig verwendete Hashtags:
- #wirbleibenzuhause #stayhome
- #bleibtgesund #stayhealthy
- #flattenthecurve #takecare
- #supportyourlocal
- #bepositive #staypositive #staystrong
- #alltogethernow
- #zusammenhalt #zusammensindwirstark #gemeinsamsindwirstark
- #wirliefern
- #baldwiederda
- #alleswirdgut
- #wirvscorona