



Der ultimative Leitfaden zur Förderung von Umsatz und Loyalität für Haus- und Gartenunternehmen

Letzte Änderung: April 2024



Das Einkaufen von Haus- und Gartenprodukten kann damit beginnen, zu Hause auf Ihrer Couch online zu scrollen, und dann im Showroom eines Einzelhändlers auf Ihrer nächsten Couch zu landen.

Die zunehmenden Omnichannel-Erwartungen der Kunden von heute sind auch für diesen Wirtschaftszweig nicht neu.

Immer mehr Heim- und Gartenhändler erweitern ihren E-Commerce-Betrieb, und Käufer sind bestrebt, diese Optionen zu nutzen. Bis zu 20 % der globalen Verbraucher monatlich kauften 2023 Haus- und Gartenprodukte online. Aber der stationäre Handel wird nicht verschwinden. Wie naturgetreu eine digitale Produktdarstellung auch sein mag, Online-Shops können nicht das Gefühl vermitteln, auf einer Matratze zu liegen oder eine Monstera-Pflanze persönlich zu bewundern. Die Herausforderung besteht darin, überall dort, wo ein Kunde einkauft, ein reibungsloses und unvergessliches Erlebnis zu bieten.

Für Haus- und Gartenunternehmen, die neben einem Online-Store mehrere Einzelhandelsstandorte verwalten, ist die Vereinheitlichung dieser Kanäle einfacher gesagt als getan. Hier bringt ein Point-of-Sale-System (POS-System) eine Durchgangslinie. Sowohl für ein Unternehmen als auch für seine Kunden verbindet das richtige POS-System die Punkte zwischen dem digitalen Stöbern, dem persönlichen Einkauf im Ausstellungsraum und dem Versand der Bestellungen nach Hause. Auf der anderen Seite kann das falsche POS-System Haus- und Gartenhändlern nachhaltige Verkäufe und Kundenbindung kosten.

In diesem Leitfaden werden wir Software- und Hardwarefunktionen hervorheben, die bei der Erwägung eines POS-Systems für ein Haus- und Gartengeschäft priorisiert werden müssen.



Herausforderungen in der Branche und POS-Lösungen

Haus- und Gartenunternehmen stehen beim Omnichannel-Verkauf vor besonderen Herausforderungen:

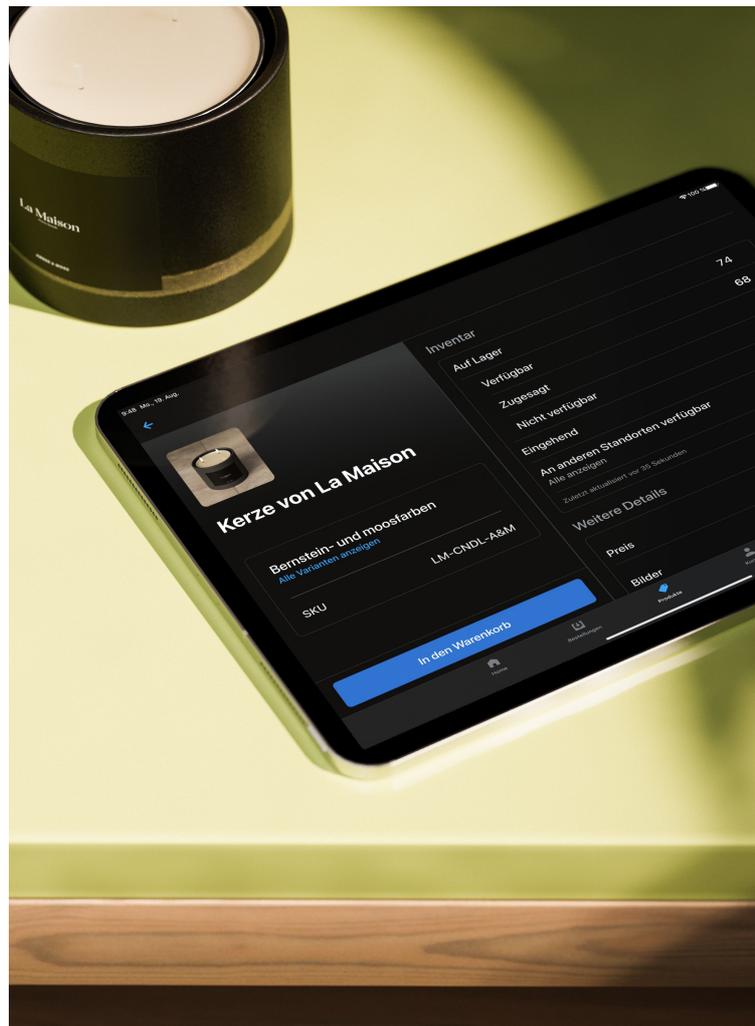
- **Umständlicher Bestand:** Viele Produkte sind schwer oder zerbrechlich und lassen sich nur schwer abholen, versenden oder in einem Ausstellungsraum bewegen.
- **Saisonalität:** Gartenprodukte sind hochsaisonal und haben oft kurze Haltbarkeitszeiten.
- **Geringe Kundenaffinität:** Viele Verbraucher kaufen selten oder zu bestimmten Anlässen Haus- und Gartenwaren, etwa nach einem Umzug oder einer Renovierung.
- **Ineffizienzen der Mitarbeiter:** Selbst die besten EinzelhandelsmitarbeiterInnen können durch Technik, die nicht ihren Bedürfnissen entspricht, in ihren Fähigkeiten beeinträchtigt werden.

Diese Komplexitäten können betriebliche Probleme für Unternehmen und übermäßige Reibung für Kunden verursachen. Um diese Schmerzpunkte in einen Kontext zu setzen, betrachten Sie einen typischen Omnichannel-Weg zum Kauf einer neuen Matratze:

Ein Verbraucher beginnt seinen Kaufweg, indem er die Websites mehrerer Marken durchstöbert, einschließlich eines Ladens, in dem er im letzten Monat Bettwäsche gekauft hat. Er sieht sich zunächst eine Reihe von Optionen auf der Website an und besucht dann in der Erwägungsphase möglicherweise eine nahe gelegene Verkaufsstelle, um sie auszuprobieren. Nachdem er sein Lieblingsmodell in einem Ausstellungsraum gefunden hat, fragt er eine Mitarbeiterin, ob er eine Bestellung für den Versand aufgeben kann. An der Kasse bestätigt die Mitarbeiterin jedoch, dass die Matratze nicht vorrätig ist und sie nicht feststellen kann, ob die Matratze online oder in einer anderen Filiale vorrätig ist.

Das Geschäft verfügt auch nicht über die Informationen des Kunden von seinem letzten Kauf, so dass man später keine Rückfragen stellen kann, ohne alles erneut zu erfassen. Frustriert gibt der Kunde auf. Das Geschäft verliert einen Umsatz und der Kunde verlässt das Geschäft mit einem schlechten Gefühl.

Jeder Schritt dieser Erfahrung kann mit einem POS-System verbessert werden, das für die spezifischen Bedürfnisse von Haus- und Gartenunternehmen entwickelt ist. So hilft Shopify POS Einzelhändlern, diese Schwachstellen in Taktiken zu verwandeln, die mehr Kunden gewinnen, binden und zufriedenstellen, um letztendlich den Umsatz zu steigern und Kosten zu senken.



Verwaltung des Inventars über Ladenfronten und Ausstellungsräume hinweg

Herausforderungen

Manuelle Bestandsverwaltung

Einzelhändler mit mehreren

Einzelhandelsstandorten und einer Form der Online-Auftragsabwicklung wissen, dass die Verwaltung des Bestands über verschiedene Kanäle hinweg aufwändig manuell sein kann. Ohne eine einheitliche Ansicht des Inventars auf der Verkaufsfläche in Einzelhandelsschauräumen können MitarbeiterInnen nicht erkennen, was wo gelagert wird, oder sie müssen Kunden warten lassen, während sie den hinteren Teil des Ladens überprüfen.

Bei größeren Artikeln ist es nicht immer möglich (oder sinnvoll), jeden Stil oder jede Farbe in einem Showroom zu präsentieren, aber Kunden möchten immer noch über alle Optionen informiert sein, die über endlose Gänge verfügbar sind. Haus- und Gartenhändler brauchen auch eine genaue Ansicht des Inventars, um eine Vielzahl von Erfüllungsoptionen anzubieten, die wir im nächsten Abschnitt behandeln werden.

Saisonale Artikel

Einzelhändler, die Gartenbestände verkaufen, wissen, dass Pflanzen besonders saisonal sind und einige verderblich sind. Das macht die Prognose der Nachfrage für die kommenden Saisons besonders wichtig. Aber das ist schwer ohne umfangreiche historische Daten- und Analysensysteme zu erreichen.

Wie das richtige POS-System helfen kann

Das richtige POS-System optimiert automatisch die Lagerbestände und synchronisiert den Bestand über alle Kanäle hinweg, unabhängig davon, ob es sich um ein Ladengeschäft, ein Lager oder ein separates Abwicklungszentrum handelt. Die Lösung bietet Unternehmen eine bessere Bedarfsprognose und Berichte zu niedrigen Lagerbeständen und ermöglicht es MitarbeiterInnen vom Backoffice bis zum Verkaufsraum, den Bestand in Echtzeit nachzuvollziehen.

Wichtige Merkmale, die zu berücksichtigen sind

-  **Tools zur Bedarfsprognose**, die Heim- und Gartenhändlern helfen, sich auf saisonale Spitzen oder begrenzte Verfügbarkeit der Lieferkette vorzubereiten
-  **Präzise Bestandsanalyse**, die auf allen angeschlossenen Geräten zugänglich ist, damit das Einzelhandelspersonal den Bestandsstatus versteht
-  **Synchronisiertes Inventar im E-Commerce und im Ladengeschäft**, um eine Vielzahl von Bestellabwicklungsoptionen zu ermöglichen

40%

weniger Zeitaufwand für den Abgleich des Lagerbestands*



Der Vorteil von Shopify POS

Unternehmen, die Shopify POS verwenden, können Bestandsdaten in Echtzeit über mehr als 1.000 Filialen und Lager abrufen. Und was noch wichtiger ist: sie sparen wertvolle Zeit, die sonst mit der manuellen Suche nach Bestandsinformationen verbracht wird. Kunden, die auf Shopify POS umgestiegen sind, berichten, dass sie 40 % weniger Zeitaufwand für den Abgleich des Warenbestands aufwenden müssen. Das bedeutet mehr Zeit für das Wesentliche: Kunden helfen, den Umsatz steigern und das Geschäft ausbauen.

Auftragserfüllung für große und kleine Produkte

Herausforderungen

Erfüllung der Kundenerwartungen an die Auftragserfüllung

Im Haus- und Gartenbereich erwarten Kunden eine Vielzahl von Liefer- und Abholoptionen, unabhängig davon, wie sperrig oder zerbrechlich das Produkt ist. Aber viele Unternehmen haben Schwierigkeiten, unterschiedliche Abwicklungsprozesse zu verbinden, um diese Erwartungen zu erfüllen.

Einige Kunden bevorzugen den Versand von Einkäufen im Geschäft nach Hause, während andere lieber online bestellen und im Geschäft abholen, um das Risiko von Schäden bei der Lieferung zu vermeiden. Einzelhändler riskieren Umsatzverluste, wenn sie diese vielfältigen Präferenzen nicht erfüllen können.

Diese Erwartungen stellen eine

Herausforderung bei der Auswahl eines POS-Systems dar, das die Auftragserfüllung für jeden Artikel vereinheitlichen kann, unabhängig davon, wo er vorrätig ist oder wie ein Kunde ihn erhalten möchte.

Wie das richtige POS-System helfen kann

Ein starkes POS-System für Haus und Garten kann die Auftragsabwicklung vereinfachen, sodass Einzelhändler die Option anbieten können, die für jeden Kunden am besten geeignet ist. Unternehmen können Abwicklungsdienste anbieten, etwa online kaufen, im Laden abholen (BOPIS), im Laden kaufen und nach Hause versenden oder den Einkaufswagen eines Kunden speichern und ihn per E-Mail an ihn senden, damit er später online kaufen kann, und das alles im selben System.

Wichtige Merkmale, die zu berücksichtigen sind



Omnichannel-Abwicklungsoptionen wie BOPIS, Versand nach Hause und Versand eines Einkaufswagens zum Online-Kauf, um die vielfältigen Abwicklungspräferenzen der Kunden zu erfüllen



Eine zentrale Ansicht des Inventars über Abwicklungszentren hinweg, um die Auftragsabwicklung im Geschäft für Mitarbeiter zu vereinfachen



Skalierbarkeit, wenn Unternehmen in neue Einzelhandelsstandorte expandieren oder neue Produktlinien einführen



Der Vorteil von Shopify POS

Heim- und Gartenhändler mit mehreren Einzelhandelsstandorten und Online-Storefronts können Shopify POS verwenden, um jede Art von Käufer zu konvertieren, egal wo sie ihren Kaufweg beginnen. Ein einheitliches Backoffice ermöglicht es Einzelhändlern, flexibel zu bleiben, während sie ihr Geschäft skalieren, neue Einzelhandelsstandorte eröffnen und neue Produkte und Erfüllungsoptionen einführen.

Ein herausragendes und nahtloses Einkaufserlebnis im Geschäft schaffen

Herausforderungen

Unzusammenhängender Zahlungsprozess

Das Erlebnis im Laden ist ein integraler Bestandteil der Heim- und Gartenindustrie. Kunden werden niemals aufhören, in Geschäfte zu kommen, um Artikel aus nächster Nähe anzufassen und anzusehen, selbst wenn sie ihre Suche online starten oder ihre Suche online beenden, indem sie online kaufen.

Aber eine positive Erfahrung beim Stöbern in einem Ausstellungsraum kann schnell getrübt werden, wenn es ans Bezahlen geht. Schwere und zerbrechliche Artikel können nicht einfach an die Kasse gebracht werden, und ein Kunde muss möglicherweise bis zu einem separaten Teil des Geschäfts gehen, um zu bezahlen. Darüber hinaus akzeptieren Geschäfte nicht immer alle gängigen Zahlungsoptionen, was große Kundengruppen abschrecken könnte.

Mangel an flexiblen Zahlungsoptionen

Bei teureren Artikeln können Einzelhändler die Möglichkeit verpassen, den Verkauf ohne flexible Zahlungsoptionen abzuschließen, etwa jetzt kaufen und später bezahlen für den Einzelhandel im Geschäft. Ratenzahlung hat in den letzten Jahren an Popularität gewonnen, wobei 60 % der US-Käufer im vergangenen Jahr einen Ratenplan verwendet haben.

60%

der US-Käufer haben im vergangenen Jahr einen Split-Payment-Plan genutzt

Wie das richtige POS-System helfen kann

Ein POS-System, das eine Zahlungssoftware mit benutzerfreundlicher Hardware wie einem Handheld oder Tablet kombiniert, ermöglicht es MitarbeiterInnen, den Verkauf direkt im Ausstellungsraum abzuschließen. Mit mobilen POS- und Barcode-Scannern können Unternehmen eindrucksvolle Displays und Ausstellungsräume einrichten, in denen Kunden die Artikel persönlich begutachten, aber verschiedene Modelle oder Farben online bestellen können.

Das richtige POS-System bietet Kunden auch mehr Flexibilität beim Bezahlen. Eine Option besteht darin, jetzt zu kaufen und später zu bezahlen, eine attraktive Zahlungsmethode, die es Kunden ermöglicht, große Anschaffungen in kleinere Beträge aufzuteilen. Eine weitere hilfreiche Funktion ist ein Bestellsentwurf, mit dem Einzelhändler eine Rechnung für Kunden im Geschäft senden können, die später über einen sicheren Kassenlink bezahlt wird. Mit Auftragsentwürfen können Kunden wichtige Aufgaben wie die Beratung mit dem Partner oder die Durchführung von Messungen erledigen, bevor sie sich zum Kauf verpflichten.



Ein herausragendes und nahtloses Einkaufserlebnis im Geschäft schaffen

Wichtige Merkmale, die zu berücksichtigen sind

-  **Sichere Zahlungsabwicklungssoftware in gebrauchsfertiger Hardware** für einen reibungslosen Zahlungsvorgang
-  **Integration mit gängigen Zahlungsmethoden**, um die Zahlungspräferenzen der Kunden zu erfüllen
-  **Konsolidierte Informationen über Bestellungen, Inventar und Kundenprofile** für ein besseres Kundenbeziehungsmanagement
-  **Entwurfsauftragsfunktionalität** für verbesserte Zahlungsflexibilität



Shopify POS gibt Einzelhändlern die Möglichkeit, mehr Kunden mit einem einfachen und reibungslosen Checkout-Erlebnis zu überzeugen. Kunden, die auf Shopify POS umgestiegen sind, berichten von einer um 40 % höheren Konversionsrate und einer um 200 % schnelleren Kaufabwicklung im Geschäft.

40%

Erhöhung der Conversion-Rate im Geschäft*

200%

schnellere Kaufabwicklung im Geschäft*



Der Shopify POS-Vorteil

Shopify POS ermöglicht leichte Lösungen sowohl über eine mobile POS-App als auch über drahtlose Zahlungshardware. Unternehmen können die POS-App für iOS oder Android auf einem kompatiblen Smartphone oder Tablet verwenden, um Kunden überall zu bedienen, auch im Ausstellungsraum. In Kombination mit dem drahtlosen [WisePad 3](#) können Kunden überall im Geschäft problemlos per Chip oder Fingertipp auf ihrem Mobilgerät bezahlen.

Aufbau von Kundentreue in einer vertikalen Branche mit geringer Affinität

Herausforderungen

Förderung der Markentreue

Es ist für Haus- und Gartenunternehmen schwierig, dauerhafte Beziehungen zu Kunden aufzubauen, wenn viele nur in Spitzenzeiten einkaufen, etwa nach einem Umzug oder einer Renovierung. Und sobald sie diesen Kauf getätigt haben, haben sie möglicherweise keinen Grund mehr, einen Laden für eine Weile zu besuchen. Nach einem befriedigenden Käuferlebnis müssen Einzelhändler Treueprogramme integrieren und eine personalisierte Note bieten, um das Wiederholungsgeschäft zu fördern.

Nutzung von Kundendaten

Probleme beim Aufbau dauerhafter Beziehungen zu Kunden hängen oft von unvollständigen Daten ab. Ohne ein sofort zugängliches Bild des Kaufverlaufs und der Präferenzen eines Kunden über Kanäle hinweg ist es schwierig, Empfehlungen abzugeben und relevante Treuerabatte anzubieten. Es ist noch schwieriger zu verstehen, was ein Käufer sonst noch kaufen möchte, und dann nach dem Besuch ein personalisiertes, zeitlich abgestimmtes Follow-up zu senden, um ihn zu ermutigen, zurückzukehren.

Wie das richtige POS-System helfen kann

Ein datengestütztes POS-System hilft Heim- und Gartenunternehmen, robuste Kundenprofile zu erstellen, die effektivere Rabatte und Treueprogramme fördern.

Innenarchitekten gehören zu den wichtigsten Kunden der Haus- und Gartenbranche. Sie bieten Einzelhändlern mit einem POS-System, das zur Pflege der Beziehung beiträgt, eine Chance zur Kundenbindung. Designer, die in der Branche tätig sind, erhalten über ihren Arbeitgeber oft Rabatte und Treueprogramme, die sie zum Besuch eines bestimmten Einzelhändlers anregen. Es ist jedoch Sache des Einzelhändlers, ihre Interessen und Vorlieben zu erfassen, um eine persönliche Note hinzuzufügen. Ein POS-System kann die Aufzeichnung und das Handeln nach diesen Präferenzen viel einfacher machen.

Wichtige Merkmale, die zu berücksichtigen sind

-  **E-Mail-Erfassungstools**, die Mitarbeiter bei In-Store-Kunden verwenden können, um Marketingkampagnen und personalisierte Rabatte zu initiieren
-  **Integrierte Clienteling- und Kundenprofile** zur Unterstützung von Live-Empfehlungen und Treueangeboten
-  **Integration mit Treue-Apps von Drittanbietern** für erweiterte Tools für das Kundenbeziehungsmanagement



Der Vorteil von Shopify POS

Mit Shopify POS haben Unternehmen Zugriff auf wichtige Kundenmetriken wie Kaufhistorie, Lebenszeitausgaben und andere Präferenzen. Diese Metriken machen es einfach, maßgeschneiderte Treueangebote, Rabatte und andere Vergünstigungen anzubieten, insbesondere für Designer und Dekorateure. Shopify POS-Nutzer können auch aus einer Vielzahl von Lösungen von Drittanbietern wählen, um Kundenbeziehungen im Shopify App Store besser zu verwalten.

Aufrechterhaltung der Mitarbeitereffizienz

Herausforderungen

Befähigung und Belohnung von VerkäuferInnen

Das Verkaufspersonal kann das Einkaufserlebnis eines Kunden in einem Geschäft entscheidend beeinflussen. Bei all den Überlegungen, die in einen großen Kauf einfließen, erwarten Käufer einen erstklassigen, aufmerksamen Service, vor allem im Geschäft. Das gilt umso mehr für Vielkäufer wie Designprofis.

Aber selbst der herausragende Service eines Einzelhandelsmitarbeiters kann durch die falsche Technologie behindert werden. Anstatt sich darauf zu konzentrieren, einem Kunden zu helfen, muss er möglicherweise Zeit mit der Fehlerbehebung eines veralteten POS-Geräts verbringen, Kollegen nach dem Inventarstatus eines Artikels fragen oder Kunden warten lassen, weil der Store in Spitzenzeiten unterbesetzt ist.

Darüber hinaus haben Einzelhändler nicht immer ein solides Verständnis dafür, wie MitarbeiterInnen arbeiten, wenn Verkaufsdaten nicht an einzelne Leistungsträger gebunden sind. Dies hindert die Einzelhändler daran, die Leistungen ihrer MitarbeiterInnen zu belohnen und zu würdigen.

Schnelles Onboarding von MitarbeiterInnen

Entscheidend ist, dass neue MitarbeiterInnen nicht erfolgreich sein können, wenn die von ihnen verwendeten Tools das Onboarding erschweren. Ein langsames Onboarding bedeutet mehr Schwierigkeiten bei der Skalierung und Eröffnung neuer Standorte sowie bei der Personalbeschaffung während der Hauptsaison.

Wie das richtige POS-System helfen kann

Ein POS-System mit integrierten Personalverwaltungstools hilft Heim- und Gartenhändlern, das Personal effektiver zu verwalten. Store Manager können die Leistung mit klaren Verkaufsdaten verfolgen, um leistungsstarke Teammitglieder zu belohnen und neue MitarbeiterInnen schnell mit intuitiver Hardware einzubinden.

Haus- und Garteninventar lässt sich nicht so leicht in einem Geschäft umräumen oder aus einem Hinterzimmer holen. Mit den POS-Geräten von Nimble haben MitarbeiterInnen Zugriff auf alle Bestands- und Fulfillment-Informationen, sodass sie sich auf die Kundenbetreuung und den Verkaufsabschluss direkt im Verkaufsraum konzentrieren können.

Wichtige Merkmale, die zu berücksichtigen sind

-  **Personalkontrollen und Managergenehmigungen** in einem einheitlichen POS für einfacheres Onboarding und einfachere Supervision
-  Die Fähigkeit, **Verkäufe bestimmten MitarbeiterInnen zuzuordnen**, damit Einzelhändler Provisionen verfolgen und hohe Leistung feiern können
-  **Personal-PINs** auf Hardware für hohe Sicherheit

90%

Reduzierung der Einarbeitungszeit für Mitarbeiter*



Der Vorteil von Shopify POS

Mit Shopify POS können Haus- und Gartengeschäfte das Personalmanagement in ihren Filialen optimieren, neue MitarbeiterInnen effizient schulen, LeistungsträgerInnen würdigen und das Personal je nach Bedarf auf- oder abbauen. Das kann zu einer erheblichen Zeitersparnis führen: Kunden, die auf Shopify POS umgestiegen sind, berichteten, dass sie 90 % weniger Zeit für die Einarbeitung der MitarbeiterInnen brauchen.



Das Ergebnis

In einer Branche, die sich stark auf die Erweiterung von Omnichannel-Angeboten konzentriert, kann das POS-System eines Haus- und Gartenhändlers einen großen Einfluss auf die Gesundheit seines Unternehmens haben.

Trotz der Herausforderungen, die mit einem Produktkatalog verbunden sind, der oft aus großen, zerbrechlichen und teuren Artikeln besteht, kann ein starkes POS-System den Verkauf rationalisieren und Wachstumschancen eröffnen. Und schließlich können Ladengeschäfte die Grundlage für das zukünftige Wachstum eines Einzelhändlers sein. Shopify POS-Kunden profitieren von höheren Konversionsraten im Geschäft, kürzeren Checkout-Zeiten und wertvoller Zeitersparnis: Zeit, die besser in die Förderung des Umsatzes investiert werden kann, als sich mit einer Technologie herumzuschlagen, die sie behindert.

Es darf nicht übersehen werden, wie sehr Unternehmen ihre Daten nutzen können, um zu lernen, sich zu verbessern und ihre Erfolge zu steigern. Auf die Frage nach ihren Datenpraktiken mit Shopify POS stimmten 70 % der Kunden zu, dass ihr Unternehmen einen besseren Einblick in seine Daten hat.

Mit Shopify POS können Einzelhändler für Haus und Garten die Omnichannel-Zukunft der Branche nutzen und außergewöhnliche, vernetzte Erlebnisse bieten, die Kunden zum Wiederkommen bewegen.

Sind Sie bereit, Ihr Heim- und Gartengeschäft auf die nächste Stufe zu heben?

Rufen Sie uns an

1 844 905 4827

