



**Was man
verlangen,
muss
man vorleben.**



Artikel

Style in Progress

05.2019

*Auf Seite 92 finden
Sie in der Mai-
Ausgabe der STYLE
IN PROGRESS
meinen
Fachbeitrag zum
brandaktuellen
Thema PERSONAL.*

*Ich wünsche Ihnen
viel Vergnügen.*



Das Wort Berater hat Yvonne Blauen-Ippendorf ganz schnell aus ihrem Wortschatz gestrichen: „Ich begleite meine Kunden auf ihrem Weg zum erfolgreichen Offlinebusiness, nur dann ist Beratung nachhaltig.“

„WAS MAN VERLANGT, MUSS MAN VORLEBEN“

Yvonne Blauen-Ippendorf hatte jahrelange Erfahrung im Modeeinzelhandel hinter sich, ehe sie sich als Trainerin selbstständig machte. Ihre Rolle versteht sie hands-on: Gemeinsam mit Händlern anpacken, um im Kleinen und im Großen zu begeistern.

Text: Martina Müller-Seybold. Foto: Yvonne Blauen-Ippendorf

Warum lohnt die Investition ins Personal immer?

Weil Personal das Einzige ist, womit sich der stationäre Fachhandel gegen die Onlinekonkurrenz absetzt. Die Kunden wollen und fordern fundierte Beratung. Wenn Sie als Modehändler nicht bereit sind, ins Personal zu investieren, können Sie auch schließen.

Wie wird man ein gutes Vorbild?

Indem man präsent ist. Ein Chef, der nur im Büro sitzt, ist kein Vorbild. Wenn man durchs Haus geht, muss man das, was man verlangt, auch selbst leben: Den respektvollen Umgang, das beginnt oft beim Grüßen. Alles, was ich als Chef kritisiere, muss ich selbst in der Lage sein, sie schöner zu machen. Wenn ich es, ganz salopp formuliert, vorturnen kann, habe ich die Akzeptanz meiner Mitarbeiter.

Niedrige Frequenz, Onlinekonkurrenz, und, und, und. Es gibt so viele Dinge, die dem Modehändler die Laune verderben können. Wie schafft man es trotzdem, positiver Motivator zu sein?

Auf keinen Fall ziellos agieren, sondern sich hinsetzen und eine Strategie erarbeiten und dabei schonungslos ehrlich sein: Wenn man nicht bereit ist, für den Laden und die Kunden zu kämpfen, ist es vielleicht besser, man sucht nach einer Nachfolge oder schließt.

Aber wenn man sich entschließt, zu kämpfen, dann braucht man dafür eine Leitlinie. Sozusagen ein großes, übergeordnetes Ziel, das ich mit meinen Beratungskunden dann in kleine Etappen mit den jeweiligen Teilzielen unterteile. Das ist die Motivation. Weil sie im Alltag sichtbar sind und helfen, Schritt für Schritt die Vision umzusetzen.

Sie sagen, Alleinstellung beginnt in der Order: Schon im Einkauf mutige Entscheidungen zu treffen. Keine Goodwill-Orders beim Lieblingsagenten, kein zähneknirschendes Akzeptieren von zu hohen Minima, mehr Arbeit in die Gestaltung der Sortimente investieren, 30 Prozent Orderbudget wetterabhängig offen lassen. Wie bestärken Sie Modehändler auf diesem Weg?

Mein Angebot beginnt tatsächlich schon bei der Order, weil ich festgestellt habe, wie groß der Bedarf hier ist. Gemeinsam analysieren wir die Zahlen, werten die Statistiken aus und bereiten so den Kunden viel fundierter auf die Ordergespräche vor. Das Interesse des Lieferanten ist klar, der will möglichst viel verkaufen, und wer unsicher oder unvorbereitet in so ein Gespräch geht, wird ein einfaches Opfer. Wer sich vorbereitet, hat in einer harten Diskussion auch mal den Mut, aufzustehen und zu sagen: „Gut, dann beliefern Sie mich eben nicht.“ Wobei Eskalation natürlich nicht das Ziel ist. Das Ziel ist, gemeinsam mit Lieferanten den Einkauf so zu gestalten, dass auf Standortbedürfnisse eingegangen wird, ein individuelles Sortiment entsteht und das Eingekaufte möglichst erfolgreich abverkauft werden kann.

www.blauen-ippendorf.de

Alternative auch Online auf der Seite 92 über diesen Link: <https://www.style-in-progress.com/magazin/>

www.BLAUEN-IPPENDORF.de