FALLSTUDIE

BLUMENHÄNDLER AN DER HIGHSTREET

Eigentümer-Manager/ Partnerschaft

MEINE GESCHICHTE

IBL Accelerator Business Launch Pad Pilot 2 - UK Doncaster- 15. & 22. November 2022

ÜBER MEIN UNTERNEHMEN

NAME DES UNTERNEHMENS

FLORISTIN

ANONYM

Fallstudie 1 - Blumenladen in der Hauptstraße

Unternehmensprofil: Ein Ehepaar betreibt ein Blumengeschäft in einer Hauptstraße in einem Vorort.

Derzeitiger Status: Sehr standortbezogen, bedient die örtliche Gemeinschaft und ist auf Durchgangsverkehr, Wiederholungskunden und Mundpropaganda angewiesen, jedoch bereit und in der Lage
Sie liefern Blumensträuße überall in der Grafschaft und in den Nachbarstädten.

Zielsetzung: Steigerung des Absatzes

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

LAUNCH PAD
Inclusive Business Launch Pad

Andere Beobachtungen:

Das Ehepaar ist stark in den täglichen Betrieb des Unternehmens eingebunden, beschafft, entwirft und stellt Blumenauslagen zusammen und bietet einen vollständig maßgeschneiderten Service an, der eine endlose Kombination von Blumen je nach den Wünschen des Kunden bietet. Das bedeutet, dass es für sie unmöglich ist, sie in einem Katalog darzustellen oder Richtpreise anzugeben, da alles davon abhängt, was der Kunde braucht. Mann und Frau sind beide Blumenexperten.
Die Herausforderung: Trotz einiger guter und treuer Stammkunden hatte das Unternehmen Schwierigkeiten, seinen Umsatz zu steigern, und glaubte, einen Sättigungspunkt erreicht zu haben.

Nach dem 2-tägigen Programm waren sie in der Lage;

- Definieren Sie den Markt neu: Anstatt "lokal" zu sein, entschieden sie sich für "regional".

Ergriffene Maßnahmen

- Verstärktes Online-Marketing
- Vereinfachung der Botschaft nach Sortimenten, um die Kunden nicht zu verschrecken, Vereinfachung und Klarheit der Preisstruktur, Nutzung des Fachwissens, um die beliebtesten Blumenkombinationen zu bestimmen / Empfehlungen für die besten Optionssträuße abzugeben
- Proaktiv auf Firmenkunden wie Sheffield Wednesday zugehen, um ihre Dienste anzubieten
- Suchen Sie nach Veranstaltungen und Kooperationen, um ihre Reichweite zu erhöhen
- Sicherstellen, dass die Website übersichtlich und fokussiert ist und von den sozialen Medien aus leicht zu navigieren ist

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Ergebnis

- Durch die Vereinfachung des Sortiments von "wir machen alles" zu einem Kernsortiment von Blumensträußen mit der Option, diese individuell zu gestalten, konnten sie den Kunden mehr Klarheit verschaffen, Zeit sparen und die Kundenerfahrung verbessern, so dass eine bessere Botschaft online in Bezug auf eine Preisliste vermittelt werden konnte.

- Der erste Firmenkunde, der direkt angesprochen wurde, war der Fußballverein Sheffield Wednesday. Der Kandidat "klopfte einfach an die Tür" und fragte, wer ihre Blumenarrangements und Weihnachtskränze anfertige. Der Fußballverein erklärte sich bereit, ihm eine Chance zu geben, da es sich um ein lokales Kleinunternehmen handelte. Dies führte zu einem umfangreichen Auftrag und einem potenziellen laufenden Vertrag, wodurch das Unternehmen ein neues Kundenprofil (Unternehmen) und einen neuen Standort außerhalb der unmittelbaren Umgebung erhielt.

Schlussfolgerung

- Durch die Überprüfung der Reichweite und des Umfangs des Unternehmens und die Schaffung von Klarheit über das Angebot war das Unternehmen in der Lage, sein Angebot zu vereinfachen, seine Kommunikation zu verbessern und sein Einzugsgebiet sowohl geografisch als auch hinsichtlich des Kundenprofils zu erweitern, was letztendlich zu einer Steigerung des unmittelbaren Bargeldumsatzes und der langfristigen Prognosen führte.

Sie haben das Geschäft nicht mehr als einzige Verkaufsstelle betrachtet, sondern es als "Ausstellungsraum / Fabrik / Lager und Betriebszentrum" neu definiert - mit einer Verkaufsstelle, die sich auf alle Orte ausdehnt, an denen sie visuell präsent sind (online) oder die sie besuchen können.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union