

3 Verstärker, mit denen Sie bis zum 24. Dezember Umsatz generieren

☒ Schnell, schnell, schnell – nur noch wenige Tage, bis kein Paket mehr rechtzeitig unter dem Weihnachtsbaum landet. Doch bis dahin stehen Shopbetreibern einige Möglichkeiten ihre Umsätze zum Weihnachtsfest zu optimieren. Drei Tipps können Ihnen dabei helfen hier erfolgreich zu sein.

So geht es! Von einem befreundeten Versender habe ich gelernt, dass es falsch ist, nach der Liefer-Deadline das Geschäft für beendet zu erklären. Er notierte kurzerhand die Zeitpunkte, ab denen seine Wettbewerber nicht mehr liefern konnten. Und genau dann investierte er in eine Extra-eMail, in der er – Gutscheine zum Ausdruck anbot.

In diesem Jahr liegt Weihnachten am Ende einer Arbeitswoche. Hier sind drei Tipps, wie Sie in diesen letzten Tagen noch die Tore weit öffnen und die Kunden locken können.

Promoten Sie in diesen Tagen ihren (teureren) Overnight-Service prominent auf der Homepage. Die Express-Garantie Ihres Carriers ist über das eigene Lieferversprechen hinaus ein Verstärker. Werben Sie ab 20. Dezember bei Kunden an Ihrem Heimatort mit e-Mails, die auf den Outlet-Verkauf zielen. Es ist leichter als Sie denken, eine Verkaufsstelle an Ihrem (Hand-)Lager aufzubauen. Last-Minute-Kunden fahren manche Strecke, wenn sie dann sicher bei Ihnen die Geschenke bekommen. Testen Sie GoogleAds, die auf Gutscheine hinweisen. Vor allem für Tourismus und stationäre Händler gibt es inzwischen Anbieter wie Sofort-Gutscheine.de, die „relativ“ schnell eine Gutschein-Abwicklung für individuelle Angebote in eine Website einsetzen können. Und nicht vergessen: Die Bescherung geht weiter! Die Tage nach Weihnachten sind fast so wichtig wie das Weihnachtsgeschäft selbst – und sie beginnen ganz unbarmherzig in der Weihnachtsnacht selbst.

Über den Autor:

☒ Martin Groß-Albenhausen ist Chefredakteur und Herausgeber des renommierten Branchenmagazins „Der Versandhausberater“ und einer der führenden Experten für Versandhandel, Direktmarketing und e-Commerce. Der Versandhausberater informiert seit 1961 Woche für Woche über aktuelle Trends und Entwicklungen im Versandhandel in Deutschland. Mehr Informationen finden Sie [hier](#).