

Diamond News:

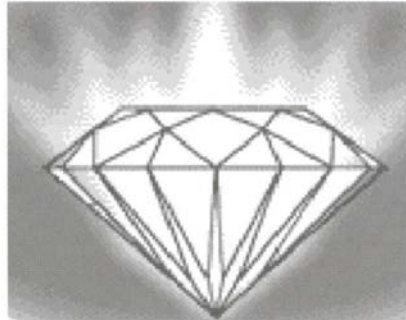
Warum verkaufen Sie eigentlich nicht mehr Diamanten?

Der Diamant bietet jedem Juwelier die höchsten Umsatzchancen von allen Warengruppen. Trotzdem wird er häufig sehr stiefmütterlich behandelt. Juweliere, die mit einem brillanten Auftritt in die Offensive gehen, haben ausgezeichnete Chancen, erfolgreich Diamanten zu verkaufen. Nur wer bereits im Schaufenster klare Anreize schafft, die persönliche Begeisterung an die Kunden weitergeben kann und über die praktischen Kenntnisse verfügt, wirkt als Diamantspezialist glaubwürdig. Der nebenstehende Fragenkatalog erlaubt Ihnen eine detaillierte Überprüfung Ihrer Situation.

Walter Muff

Black is beautiful

Nur wer im Schaufenster dem Diamant eine attraktiv gestaltete Plattform gibt, wird die entsprechenden Kundenanfragen auch bekommen. Ohne gute Würmer bleibt der beste Fischer erfolglos. Entscheidend ist nicht, wieviel man zeigt, sondern wie man das macht. Am besten eignen sich schwarze oder zumindest dunkle Hintergründe. Damit kann ein maximaler Kontrast erreicht wer-



den. DTC (früher DeBeers) hat in den letzten Jahrzehnten grosse Beträge in entsprechende Kampagnen investiert. Eine Anlehnung der Dekorationsgestaltung hilft im Sinne eines Wiedererkennungseffektes. Mit gutem Spotlicht wird eine optimale Wirkung erzielt. Durch Bewegung kann die Aufmerksamkeit erhöht werden. Ein drehendes Support gibt dem masterpiece die entsprechende Aura. Obwohl der typische Diamantkunde eher aus dem konservativen Lager kommt, eignen sich unkonventionelle Ideen sehr gut. Wer sie stilvoll und mit Charme ausführt, dem ist die Aufmerksamkeit und der Erfolg garantiert.

Brillante Persönlichkeit

Ein gutes Diamantschaufenster ergibt ein brillantes Profil und gesteigerte Kundenanfragen.

Die zweite wichtige Voraussetzung für den erfolgreichen Diamantverkauf liegt in der Persönlichkeit des Juweliers. Ist der Kunde, angelockt durch das attraktiv gestaltete Schaufenster, erst einmal im Geschäft, muss er merken, dass er am einzig richtigen Ort ist, um einen Diamanten zu kaufen.

Lassen Sie den Kunden Ihre Erfahrung aus dem regelmässigen Diamantverkauf spüren. Bieten Sie ihm das gesamte Spektrum Ihres Lagers an. Zeigen Sie ihm an einzelnen Steinen die feinen Qualitätsunterschiede und die Feinheiten des Schliffs. Legen Sie ihm einen Diamanten auf die Hand, damit er die Ausstrahlung selber fühlt. Zeigen Sie dem Kunden einen speziellen Diamanten – einen, den Sie eigentlich für Ihre eigene Frau behalten wollten.

Sprechen Sie mit jedem Kunden über Diamanten! Nur wer selber die Leidenschaft für feine Steine in sich trägt, wirkt glaubwürdig. Tragen Sie den Virus der Faszination weiter. Kein anderes Geschenk birgt mehr Emotionen. Sie werden sehen, die Kunden lassen sich von Ihrer Begeisterung anstecken. Über kurz oder lang werden Sie Ihre Diamantverkäufe massiv steigern können!

Lupenreine Emotionen

Vergessen Sie bei all den Erklärungen über die 4C nicht, dass der Kunde schlussendlich mit dem Bauch entscheiden wird. Es gibt nichts Emotionaleres als einen Diamanten. Alle andern Geschenke sind vergänglich. Selbst das teuerste Parfum löst sich spätestens am nächsten Morgen in

Walter Muff ist «diamantaire» und Gemmologe F.G.A. Seine Handelsfirma «fine diamonds» bietet unabhängigen Juwelieren Unterstützung zur Steigerung der Diamantverkäufe an. walter.muff@bluewin.ch
Tel. 056 664 73 73

Fragenkatalog: Sind Sie ein Diamantfachgeschäft?	ja	nein
Haben Sie eine klare Diamantstrategie?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wissen Sie, warum der Kunde gerade bei Ihnen kaufen soll?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wissen Sie, warum die Kunden Diamanten kaufen wollen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkaufen Sie regelmässig Diamanten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie das Gefühl, sie könnten mehr Diamanten verkaufen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie ein eigentliches Diamantschaufenster?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeigen Sie Emotionen im Diamantschaufenster?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erhalten Sie ein Kundenecho vom Diamantschaufenster?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
War Ihr Diamantschaufenster schon Stadtgespräch?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Glauben Sie und Ihr Personal an den Diamant?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivieren Sie Ihr Personal zum Diamantverkauf durch Schulung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lenken Sie das Gespräch mit Kunden auf den Diamant?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Veranstalten Sie regelmässig Diamantevents?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie Ihre Diamantumsätze genau?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie den Diamant in Ihrer Buchhaltung klar abgegrenzt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie Ihre Lagergrösse?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entspricht Ihr Lager dem aktuellen Markt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Setzen Sie Ihr Lager mindestens einmal jährlich um?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie die Preise auf dem Diamantmarkt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kennen Sie Ihre Konkurrenten?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Benutzen Sie lose Diamanten zur Profilierung?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haben Sie Spezialangebote?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geben Sie eine Diamantbroschüre ab?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zeigen Sie Diamanten auf Ihrer website?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erkennen Sie feine Unterschiede im Schliff?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Können Sie Zertifikate interpretieren?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügen Sie über gemmologische Instrumente?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesamtbilanz

Nichts auf. Nur der Diamant trägt für immer die Erinnerung an das spezielle Ereignis in sich. Täglich wird auch in Ihrer Region geliebt, geheiratet und geboren. Sorgen Sie dafür, dass die entsprechend brillanten Geschenke an den Mann bzw. die Frau kommen. Nutzen Sie die Stabilität des Diamantgeschäfts – vor allem auch in dieser verunsicherten Zeit. Machen Sie möglichst viele Frauen glücklich ! ■