



Die Bereitschaft des Verbrauchers, mehrere Tage auf echte Diamantware zu warten, schwindet kontinuierlich. Lieferanten mit einem großen Lager, wie etwa die Diamond Group, sind klar im Vorteil.

Warum die Lager- und Sortimentskompetenz entscheidend ist Der ungeduldige Verbraucher

Kompetenz. Keine Frage, Solitärer Schmuck und vor allem Verlobungsringe sind 2015 ein Erfolgsgarant im Handel. Doch der Kunde von heute wolle die Ware sofort sehen, möchte nicht mehr warten, sagt Frank Heringer von der DiamondGroup. Seine Lösung: Er selbst geht in die Vorleistung, führt allein 3.500 Solitärer Ringe auf Lager und bietet ein Lieferantenkonzept an, das dem Juwelier den Umtausch der bezahlten Ware ermöglicht. Dadurch wächst die Auswahl vor Ort.



Die DiamondGroup ist in den vergangenen Jahren zu einer festen Größe der Diamantlieferanten geworden. Mit einem Konzept, das auch den Umtausch der bezahlten Ware beinhaltet, soll der Juwelier sein teures Diamantlager aktuell halten.

LAGERGRÖSSE
Solitäre sind der momentane Diamanterfolg schlechthin. Die DiamondGroup sorgt mit

ihrem Orderbuch und jüngst mit einem Solitärer Flyer für Furore. Hier kann der Juwelier aus dem Vollen schöpfen. Nach Aussagen von Geschäftsführer Frank Heringer bestehe allein das Solitärer Lager (Ringe, Ohrschmuck und Anhänger) aus 6.000 Stück, etwa 3.500 Ringe zwischen 0,03 und 1 ct seien lagernd. Im Einzelfall könne der Juwelier ein neues Geschäft komplett bestücken. Der eigentliche Sinn aber sei es, den Kunden das Geschäft leicht zu machen und sofort bedienen zu können, statt sie verströken zu müssen.

Reichlich Auswahl: Im Orderbuch oder dem neuen Solitärer Flyer (Foto) können Juweliere aus dem Vollen schöpfen.



LAGERHALTUNG

„Unsere Juweliere gehen mit uns in eine höhere Lagerhaltung, weil sie ein Umtauschrecht haben“, fasst Geschäftsführerin Anke Schmidt eines der wichtigsten Argumente für die DiamondGroup zusammen. Nicht verkaufte Ware kann der Juwelier zurückgeben und erhält dafür eine Gutschrift. Dass dieses Konstrukt funktioniert, macht Schmidt an einer bestechend einfachen Beispielrechnung fest. „Der Juwelier als Geschäftsmann kauft im besten Wissen und mit bestem Gewissen die für ihn beste Kollektion ein, die er glaubt, verkaufen zu können. Im Schnitt bleiben am Jahresende etwa 30 bis 35 % des Jahreseinkaufs liegen. Wenn dies fünf Jahre lang passiert, hat er keine Mittel mehr, neue Ware zu kaufen“. Die DiamondGroup ist hierbei der Problemlöser. Sie kümmert sich um diese 30 bis 35 %. Das Fazit: Erfolg haben nur die Juweliere mit frischer Ware.



Anke Schmidt und Frank Heringer haben mit ihrer DiamondGroup Bewegung in den Diamantmarkt und ins Diamantlager der Juweliere gebracht.

FINANZIERUNG

„Wir arbeiten ohne Bankschulden und können nicht nur ein immenses Lager halten, sondern auch ein halbes Jahr Zahlungsziel gewähren. Die Anzahl der Juweliere, die sofort bezahlen, sind im Promillebereich“, sagt Heringer. Warum er das macht? Erstens: Weil er es sich leisten kann. Zweitens: Weil er sich als Dienstleister des Juweliers sieht. „Man bekommt nicht 11.000 aktive Kunden in ganz Europa, ohne dass man ihnen einen Vorteil bietet“, sagt Anke Schmidt.



Die DiamondGroup bietet längst auch hochwertige Displays an.

SERVICE

Die DiamondGroup räumt dem Service eine zentrale Stelle ein. Es gibt ein Service-Center mit eigenen Goldschmieden. Sie kümmern sich um Serviceanfragen, die Juweliere bei Produkten der DiamondGroup haben, wenn beispielsweise Ringe geweitet oder Ketten gekürzt werden sollen. All diese Leistungen werden im Haus realisiert. Warum? Weil man Qualität garantieren und dem Juwelier Ärger ersparen will.



Die Verpackung mit Zertifikat gehört bei der DiamondGroup zum Standard.

SCHNELLIGKEIT

Die Lieferschnelligkeit ist vor allem bei Diamantsolitären entscheidend. Das Kaufverhalten der Verbraucher habe sich in den vergangenen Jahren stark geändert, sagt Frank Heringer. Der Kunde, vor allem der Mann, will sofort kaufen, maximal ein bis zwei Tage warten. Heringer schätzt die Quote der Sofortkäufer auf 25 %. Nach eigenen Aussagen ist die DiamondGroup bei vielen ihrer Kunden zum Hauptlieferanten geworden, auch bei Topjuwelieren, die selbst in Antwerpen einkaufen. Selbst diese Insider haben nicht alles auf Lager.



LEONARDO

glaskoch
B.Koch jr. GmbH+Co. KG
Industriestr. 23
D-33014 Bad Driburg
Tel: 05253 86-317
jewels@leonardo.de
leonardo.de

GLASLIEBE. PER SEMPRE.