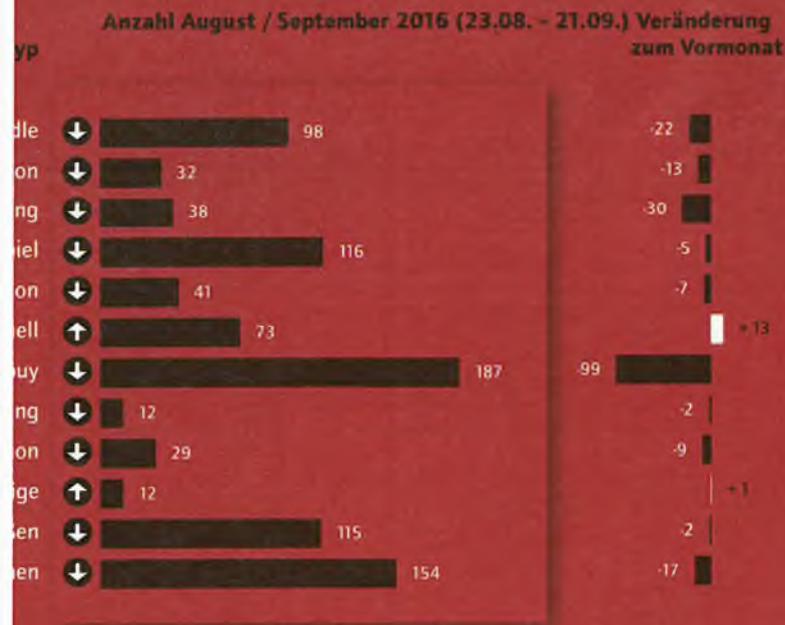


▶ verkaufsförderung

fs Weihnachtsgeschäft



Welche Mechaniken zur Förderung des Abverkaufs sind „hot“? Mit welchen Mehrwert-Aktionen versuchen Markenartikler die Shopper zu begeistern? Einmal im Monat und exklusiv in Lebensmittel Zeitung direkt gibt das Promotion-Barometer der UGW dazu Antworten. Über den Kooperationspartner Nielsen besteht zudem die Möglichkeit, die über 50.000 POS- und VKF-Aktionen nach Absatzzahlen auszuwerten. Mehr Informationen unter: www.ugw.de/studien-tools/probar

Jetzt noch mehr Abverkauf ernten!

Der Herbst bringt die größten Umsatzfeste des Jahres – ohne, dass Preise fallen müssen. Ein Forschungsprojekt der STI Group und der Philipps-Universität Marburg hat einen brisanten Erfolgsfaktor nachgewiesen: „Im Schnitt konnte durch die Displayplatzierung ohne gleichzeitige Preisreduzierung ein Mehrabsatz von rund 106 Prozent erzielt und damit mehr als verdoppelt werden. Dabei hat allerdings die Variante, die den Shoppern am besten gefiel, rund 35 Prozent mehr Absatz generiert als die schlechteste Variante.“ Praktisch heißt das: Je schöner und kreativer Ihre Erlebnisplatzierungen sind, desto größer der Abverkauf. Hier macht sich Einsatz bezahlt! Beispiel Bier- oder Weinfest: Man nehme zwei bis drei schön gestaltete Promotion-Displays mit attraktiven Topschildern für Getränke-Angebote als Herzstück der Aktion. Gruppieren Sie noch ergänzende Produkte darum herum, von salzigen Snacks bis Gewürzgürkchen & Co. Und toppe dies dekorativ mit Holzbrettchen, Gläsern, Servietten als Zusatzangebote plus Deko mit Weinlaub oder Hopfen, einem Strohhalm (aus dem Baumarkt oder vom Bauern nebenan) und regionalen Wimpelketten. Steigert Kaufstimmung und Absatz garantiert. Denken Sie auch an Halloween: 36 Prozent des Süßwarenumsatzes werden mit Zweitplatzierungen und Promotions erzielt!



Philipp Riediger ist Gesellschafter bei der Combera GmbH, der Spezialist im Bereich Vertriebsoutsourcing und POS-Marketing.

innen Sie mit LZ direkt Beemster!

beste Aktion auf gewinnen Sie! die beste Aktion n und Kuh-el gewinnen. n nur Beschäft-ittelhandels. en Sie eine dresse LZ- dem Betreff Nummer Ihrer otion (Beispiel: hreiben Sie eine Aktionscode, Firma an: ung direkt des Monats am Main

Beemster verlost Kuhflecken-Gummistiefel

Schön und praktisch kommen die original Beemster Kuhflecken-Gummistiefel daher und laden ein zu einem frischen Herbstausflug. Die kleine nordholländische Beemster-Käserei verlost zehn Paar dieser eleganten Begleiter. Die weite Natur der Beemster-Polderwiesen im Sinn kann man darin einen Spaziergang bei jedem Wetter genießen. Für Liebhaber der natürlichen Genüsse in den eigenen vier Wänden gibt es den Beemster-Käse aus Nord-Holland nur an der Käsebedientheke. Der Premium-Käse wird aus Weidemilch von glücklichen Kühen mit echter Handarbeit in der nachhaltigen „grünsten



Sie haben gewählt: „Zuhause genießen“ von Dr. Oetker

Schöne Weihnachtsplatzierungen kommen an: Für sein Nahrungssortiment fährt Dr. Oetker seit 1. Oktober eine Dachpromotion unter dem Motto „Zuhause genießen“. Dazu gehören Sonderdisplays mit integrierten Deko-Weihnachtsbäumen und einer Kuschelecke. Unsere Leser haben diese Aktion mit der Nummer 2 zum Monatsgewinner gewählt. Acht richtige Einsendungen werden per