



Unser
**Experten
Tipp**

Verkaufsförderung – aber wie geht's richtig? Unser Experte Philipp Riediger, POS-Spezialist von der Münchner Werbeagentur Combera und Sprecher des Forums POS-Kommunikation beim Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA), gibt Ihnen Tipps.

Einkaufen mit **Wohlfühlfaktor**

Wir alle wollen unsere Kunden möglichst fest an uns binden, sie sollen oft und gerne wiederkommen und ihren täglichen Bedarf in unserem Markt decken. Doch wie können wir dieses Ziel erreichen, was wollen unsere Kunden wirklich? Das Marktforschungsunternehmen AC Nielsen hat in der Studie ShopperTrends 2006 abgefragt, welche Eigenschaften ein Markt für dauerhaften Erfolg braucht, was Verbrauchern wichtig ist. Die Deckung des Grundbedarfs und ein günstiger Preis wurden übrigens immer vorausgesetzt. Die Ergebnisse sind interessant: An oberster Stelle standen Frische und Qualität. Die Kunden wünschen ein großes Angebot an frischen, hochwertigen Produkten und

eine gute Auswahl frischer Fertig- oder Halbfertigprodukte.

An zweiter Stelle folgt „Convenience“, womit hier nicht Produkte gemeint sind, sondern die Qualität des Einkaufs selbst. Denn die Kunden legen Wert auf serviceorientiertes Personal, kurze Wartezeiten an der Kasse und Freundlichkeit. Außerdem sind gute Parkmöglichkeiten und Bonusprogramme gefragt. Genauso wichtig ist auch die Gestaltung des Marktes, das heißt moderne und gepflegte Räumlichkeiten, gute Warenpräsentation und lückenlose Verfügbarkeit der Produkte. Wichtig ist der Wohlfühlfaktor und dazu kann jeder Mitarbeiter im Markt viel beitragen.