

# Merchandising Tafel

Gesetz des Merchandising: Was man nicht sieht, verkauft sich nicht

Merchandising Ziele

- **Quantitativ**  
z.B: Mehrverkauf
- **Qualitativ**  
z.B: Steig. Aufmerksamkeit

**Bedeutung Merchandising:**  
Merchandising ist ein Teil der Verkaufsförderung und beinhaltet die ganzheitliche *Pflege des Angebotes* am Verkaufspunkt. Das Aufgabengebiet reicht von der Planung von *absatzfördernden* Massnahmen am Verkaufspunkt bis zur Produktplatzierung. Die Warenpräsentation bis hin zu Teilgebieten der Logistik, das *Nachfüllen vom Regal*, die *Preisauszeichnung* der Produkte. Ziel des Merchandising ist es, mit entsprechenden Aktualisierung der Marke/Produkt am POS/POP auf den *Kaufentscheid* des Kunden positiv *einzuwirken* und den *Umsatz/Absatz* somit zu erhöhen.

Leitidee  
Tonalität/ Stil

Merchandising Massnahmen

- Eingang**
- Aussenfront
  - Angebotsplakat
  - Aufstellfigur
  - Blickfangplakat
  - Fahnen
  - Riesen Schaupackung
  - Türkleber
  - Aufstellfigur ca. 2m h.

- Schaufenster**
- Aufmerksamkeit bei Passanten
  - Kaufwünsche wecken
  - Grundinformationen vermitteln
  - Charakter/ Stil des Ladens
  - Visitenkarte - Geschäft
  - Hinweis

- Ladenlayout**
- Laufrichtung
  - Platzvergabe (grosszügig oder platzsparend)

- Angebotspräsentation**
- Regalarten (160–220cm)
  - Greifzone
  - Aktionsflächen (2.POS)
  - Shop im Shop

- Hilfsmittel**
- Stopper
  - Lautsprecherwerbung
  - TV-Spot im Geschäft
  - Blickfänge im Laden
  - Aussenfront
  - Dekor f. Schaufenster
  - 2. POS Materialien

- Dienstleistung:**
- Besuch im Wochenrhythmus
  - Rackjobbing
  - Reinigung POS

Terminierung

- Schwerpunkte bilden parallel zu Werbe-/VF-Kampagne

Ort/ Geschäftsstellen

- Warenhäuser
- Verbrauchermärkte
- Fachhandel
- Shoppingcenter
- Bahnhof/Flughafen
- Städte/Agglomeration

Verantwortlichkeiten (GL/ML/VL/PM)

**Aufgaben des Merchandiser:**

- Produkteinführung (Information, Instruktion u. Motivation)
- Regalpflege (*Platzierungskontrolle, Beschriftung, Warenfülle, Sortiments/-aktualisierung/-kontrolle, QS, Kontrolle der Hilfsmittel (Beispiel Display, Stopper etc.)*)
- Preisauszeichnung/ Preisänderung
- Bestellaufnahme/ Warennachschub (auch AD Aufgabe)
- Dekoration von Promoflächen
- Instruktion/ Motivation Verkaufspersonal
- Aufbau von 2.POS
- Organisation/ Überwachung (*Aktionen, Demonstrationen, Degustationen, Promotionen*)
- Detaillistenbefragung
- Konkurrenzbeobachtung

Budget (KST VFv oder VK)

Kontrolle

- Feldbegleitung
- Storecheck
- Gespräch mit Geschäft
- Qualitätssicherung

**Ziele und Aufgaben des Merchandising**

- Aktualisierung der Marke
- Käufer in Laden ziehen
- Zusatzverkäufe zu tätigen
- Verbesserung des Images
- Warenpräsentation verbessern
- Wirtschaftlicher Verkauf
- Begünstigung von Impulskäufe
- Vertiefung USP
- Unterstützung klassischer Werbung
- Animation zu Probier-/ Erstkäufen
- Fr. x durchschnittlicher Einkaufsbedarf
- Optimierung der Kundenströme
- Erhöhung der Kundenbindung Ebene Handel

*Daraus ergeben sich folgende Aufgaben:*

- Volle Übersicht über das Angebot
- Freien Zugang zum Angebot schaffen
- Richtige Informationen über das Angebot zu vermitteln
- Leichten Zugriff zum Angebot sicherstellen