

Tipps und Tricks für das Shop-Geschäft

Mit Spacemanagement den Umsatz ankurbeln

Die Bedürfnisse des Endverbrauchers zu erkennen und ihnen gerecht zu werden ist eine wesentliche Voraussetzung, um die Kundenzufriedenheit und damit auch die Kundenbindung zu erhöhen.

Der Endverbraucher erwartet, die richtigen Artikel, zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu finden. Um ihm dabei die Suche zu erleichtern, sollten folgende Punkte im Shop berücksichtigt werden:

- Klare Ausrichtung der Regalanordnung
- Klare Sortimentsabgrenzung
- Übersichtlichkeit
- Ordnung
- Sauberkeit

Space-Management kann einen wesentlichen Teil dazu beitragen, die oben aufgeführten Endverbrauchererwartungen zu erfüllen.

Was genau bewirkt Spacemanagement?

Space-Management setzt sich aus drei bedeutenden Bausteinen zusammen, der Sortimentsoptimierung, der Regaloptimierung und der Shopoptimierung. Durch die richtige Auswahl des Sortimentes und durch die Anordnung im Regal wird der vorhandenen Platz im Shop so effizient und effektiv wie möglich genutzt, um den höchstmöglichen Ertrag zu erzielen.

"Gut platziert ist halb gewonnen!"

10 einfache Regeln für eine wirkungsvolle Warenpräsentation ermöglichen eine erfolgreiche Umsetzung des oben genannten Mottos:

1) Blockbildung:

Blockbildung horizontal: In die Griffzone gehören umsatz- und ertragsstarke Artikel sowie Neuheiten.

2) Kaufmotivorientierung

- Impulskauf
- Not-/Plankauf

hier geht es um die richtige Anordnung der Warengruppen im Shop

3) Warenfülle

- "Masse macht Kasse", daher sollte darauf geachtet werden, Lücken in den Regalen zu vermeiden! Das heißt, ein Shop wirkt nur dann anregend zum Kauf, wenn regelmäßige Regalpflege betrieben wird.

4) Sauberkeit

- Ein sauberer, übersichtlicher Shop mit freundlicher, zügiger Bedienung ist für die Kunden eine Selbstverständlichkeit und ein Symbol für Professionalität.

5) Frische

6) Aktualität

7) Formel 1 Prinzip

- Renner gehören auf die "Rennerplätze", die "Poleposition", diese Produkte sollten möglichst doppelt platziert werden = Multi-Facing

8) Facing

- alle Produkte sollten mit Frontansicht nach Vorne im Regal stehen

9) Kontinuität

- Festgelegte Platzierungen sollten auf Dauer eingehalten werden, da Kunden nicht lange nach ihren Produkten suchen wollen.

10) Preisauszeichnung

- Preisauszeichnung ist gesetzlich vorgeschrieben aber auch von Vorteil: 75% der Kunden fragen nicht nach dem Preis, ihnen erleichtern klar erkennbare Preise die Kaufentscheidung.

- Weiterhin vorteilhaft wäre es, die Preise auf der Preisschiene anzubringen, das ist nicht nur übersichtlich, sondern erleichtert außerdem die Regalpflege.

Fazit:

Die Vorteile von Space-Management liegen klar auf der Hand:

- Struktur in den Sortimenten = Übersichtlichkeit
- einfache Sortimentskontrolle
- Nutzung von Umsatz- und Ertragsreserven
- Erhöhung der Kundenzufriedenheit und Kundenbindung

Kontakt: Albert Bamberger ▪ Tel.:02630/ 32 970 - 145 ▪ albert.bamberger@lekkerland.at
Lekkerland Handels- und Dienstleistungs GmbH ▪ Handelsstraße 1 ▪ 2630 Ternitz