

Inszenieren. Verführen. Mehr Verkaufen

Mit atmosphärischer Ladengestaltung mehr Kunden erreichen





Daniel Schnödt.TeamScio.Consulting.Coaching.Communication

- 1964: geb. Berlin
- 1989: Studium Dipl BW mit Karstadt
- 1995: Dozent BW und Sachsen
„Zukunftswerkstadt Einzelhandel“
- 1999: Gründung TEAMSCIO
- 2001: 1. Buch „Visual Merchandising“
- 2004: HDE Kooperation Handelsformate mit Zukunft
- 2006: 2. Buch „Mehr verkaufen durch professionelle
Warenpräsentation“
- 2014: 3. Buch „Inszenieren Verführen Mehr Verkaufen –
Ladengestaltung mit multisensualem Marketing“



Wir arbeiten am Besonderen – Stärkung des Einzelnen



Inszenieren. Verführen. Mehr Verkaufen

Mit atmosphärischer Ladengestaltung mehr Kunden erreichen



Inhalt

„Brauchen wir Morgen noch inhabergeführte Läden? Ja – überraschende Wonderrooms!“

DER MARKT	<u>Die Trends:</u>	<u>www.teamscio.de/category/blog</u>
DIE TRENDS	<u>Vortrag:</u>	<u>www.teamscio.de/coaching/workshops-und-vortraege</u>
	<u>Checklisten:</u>	<u>www.dfv-fachbuch.de</u>

Annäherungen der Anmutung Annäherung der Qualität

- Ständige Steigerung der qualitativen Anmutung





Qualitätsoffensive und Wettbewerbsstrategien am Beispiel Foodsektor Großfläche

Die Trends im Handel – oder der Markt Morgen



Qualitätsoffensive und Wettbewerbsstrategien am Beispiel Sportmarkt

Die Trends im Handel – oder der Markt Morgen



Qualitätsoffensive und Wettbewerbsstrategien am Beispiel Baumarkt

Die Schlacht um die Schraube



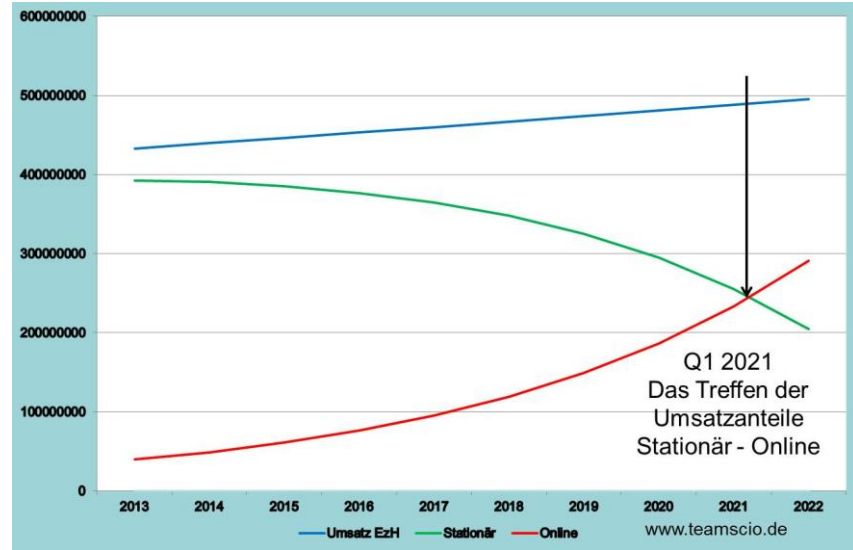
Nischenstrategie	Differenzierungsstrategie
Preisstrategie	

„50.000 Standorte werde bis 2020 sterben – es muss ein Umdenken stattfinden!“

„Bis 2020 wird Internet of Things für die Menschen alltäglich sein!“

Was muß der Händler tun

- Point of E....!



EMOTION	<i>emotionale, physische und kognitive Stimulierung</i>
ENVIROMENT	<i>Interpretation der Zielgruppe & Individualisierung</i>
ENGAGEMENT	<i>Informationen zu den Produkten und dem Unternehmen</i>
ENTERTAINMENT	<i>unterhalten, einbinden, bewegend, spielen , inszenieren</i>
ETAILMENT	<i>digitale Verschmelzung und Interaktion</i>
EXPERIENCE	<i>probieren, erfahren, gebrauchen</i>
ECOLOGICAL	<i>Substanzerhaltung und Nachhaltigkeit</i>
EXCELLENCE	<i>Schaffung etwas Besonderen</i>

Weber Grill

- Brandstore
- Showroom
- Grillakademie

EMOTION



Trendhütte

- Kundenflächen
- Treffpunkt
- Sortiment & Zielgruppe
- „Make a Style“ & Blog

EMOTION



**Siegfried
Rohn**

Erlebnisse können nur durch Dominanz, Erregung und Freude gespeichert werden.

Globetrotter Stuttgart

- Wir verkaufen das Reiseerlebnis
- Jede Filiale ist individuell auf das Umfeld zugeschnitten

EMOTION

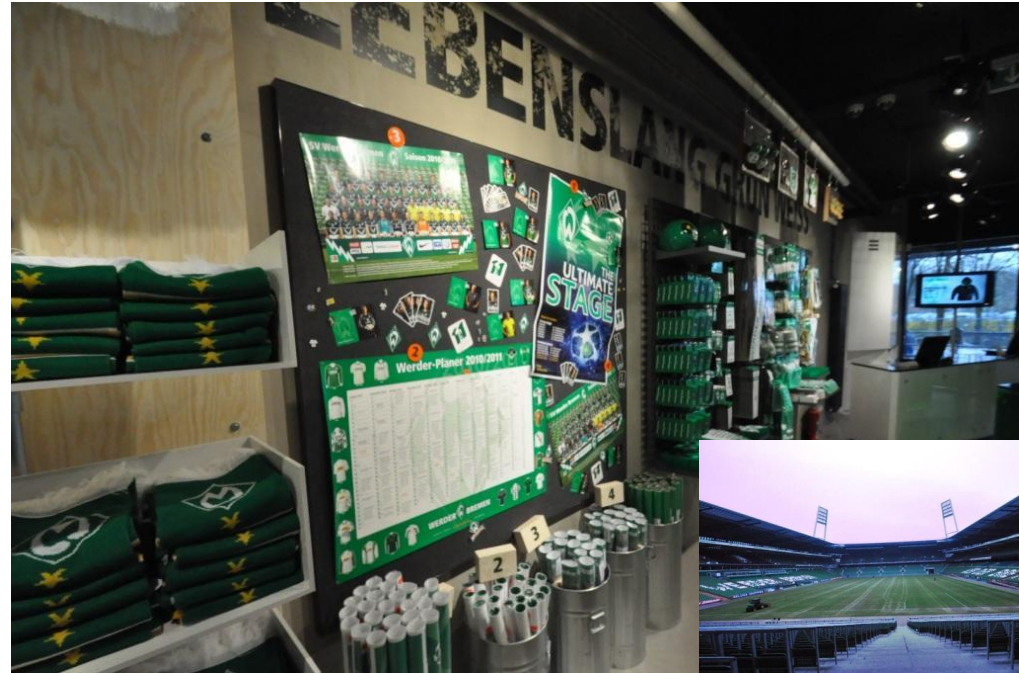


Erlebnisse basieren auf baulich geschaffenen Welten

Werder Bremen

- 400m^2 / 300 Produkte = 0,75
- LESS IS MORE
- Ständig wechselnde Sortimente
- Authentizität aus dem Stadion in den Laden transportiert

EMOTION



S Siegfried
Rohn

Nike Running 700m²

- Zielgruppe Running
- Kundenclub
- Experience und Inszenierung (Laufband, etc.)
- Kundenflächen

ENVIROMENT



DAS RAD DORTMUND

- Zielgruppensegmentierung
- Werkstatt
- Treffpunkt
- Mikrostandort
- Konfiguration

ENVIROMENT



Auf Kleinstflächen werden nur ausgesuchte Sortimente ausgewählt.

Hünting Rhede

- < 5000 m²
- Spezialisierung
- Beratung

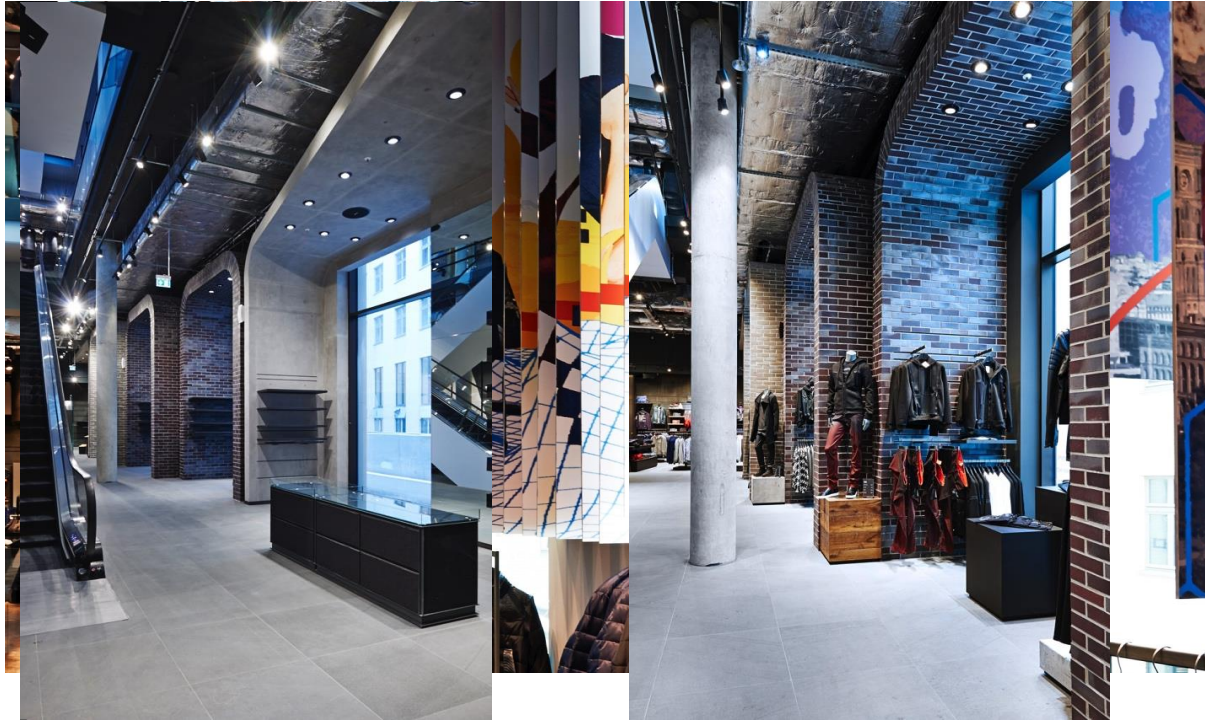
ENVIROMENT



Wormland „a piece of Berlin“

- Nonverbale Kommunikation
- Mikrostandort
- Kunst

ENGAGEMENT



Der Verlust der mittleren Flächengrößen birgt auch Chancen

Frooters

- Natürlichkeit
- Nachhaltigkeit
- Qualität
- Interaktion

ENTERTAINMENT

Frooters bietet:

🍷 mehr als 18 Sorten Smoothies

🍷 Obstsalate mit 10 unterschiedlichen Optionen und sehr hochwertigen Zutaten, wie z. B. Weintrauben, Brombeeren, Himbeeren, Catalupe →

🍷 Frooters Joghurt

🍷 Quark/Pudding, wie z.B. den Schwarzwälder Kirschebecher

🍷 Frooters Marmeladen in 22 Sorten

🍷 Tarteletts, Kaffee & Tee →

Give-aways, Präsentkörbe und vieles mehr...

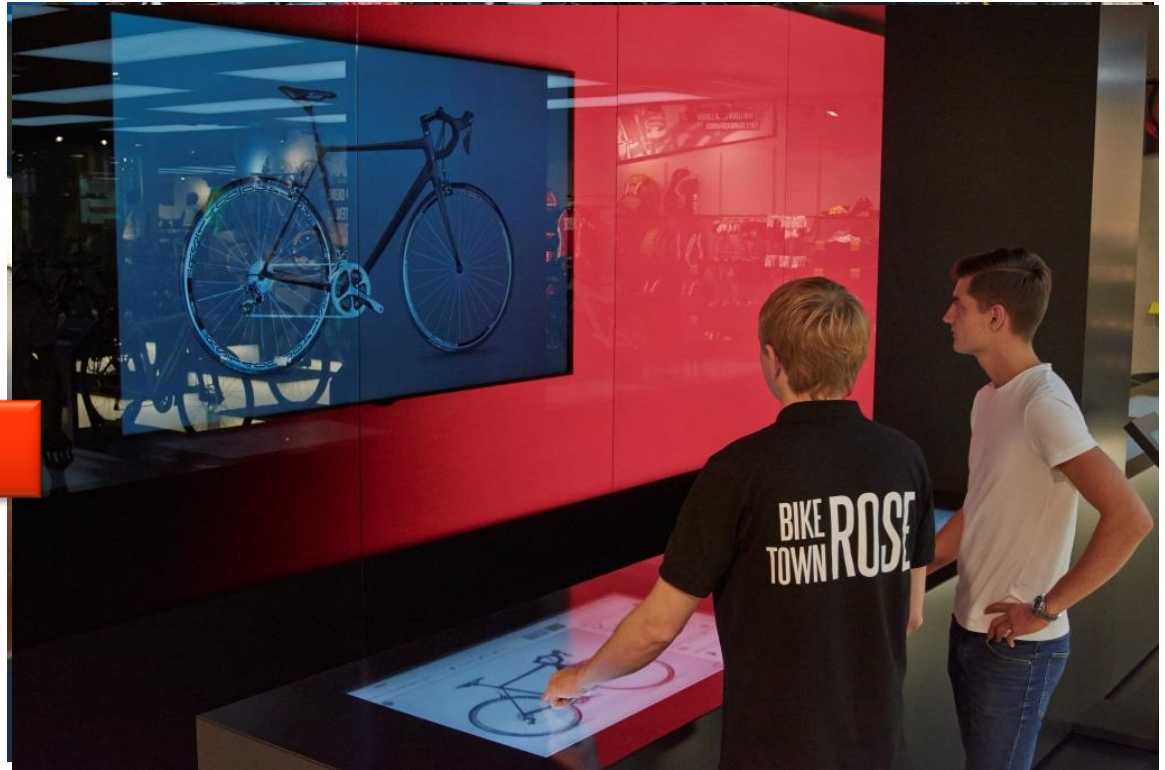


Biketown München

Digital meets physical

- Showroomcharakter
- 200m² Etailment

ETAILMENT



Otto Group Frankonia

Physical meets digital

- Contentmanagement
- Wissenstransfer

ETAILMENT



Gepp's

- Feinkost
- Probierstationen
- Informationen
- „Slow Retail“

EXPERIENCE



Auf Kleinstfläche kann durch gezielte Spezialisierung Spannung erzeugt werden.

OU original Unverpackt

- 60m²
- > 350 Produkte
- Unverpackt
- Original
- Regional

ECOLOGICAL



Auf Kleinstfläche kann durch permanente Sortimentswechsel Spannung erzeugt werden

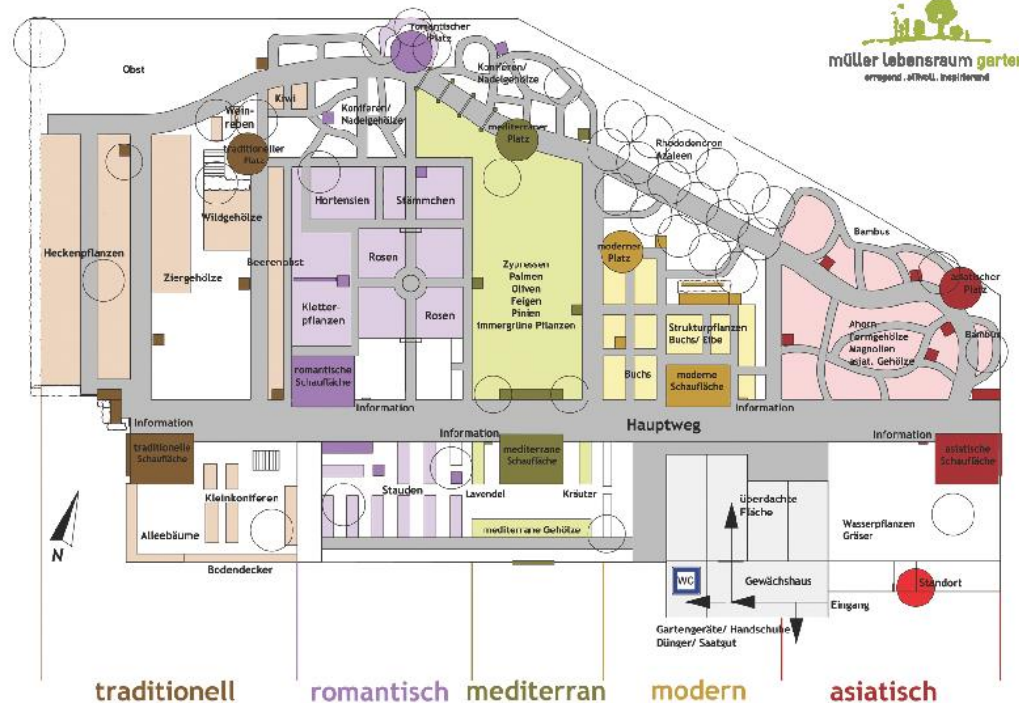
New Concepts
TeGut&REWE

ECOLOGICAL



- 6000 m²
- Raumerschliessung
- Lebenswelten (Bedarf)
- Markierungen (Bedürfnis)
- Corporate Identity
- Internet

EXCELLENCE



Hauptverbindung

Verbindungsweg II.

Erschließungsweg I.

Erschließungsweg II.



Interieurs

Vignetten

Plätze



 Siegfried
Rohn

Müller LebensraumGarten

- Markierungen (Bedürfnis)
- Entwicklung von Checklisten, Visuals und Kurzbeschreibungen



Müller LebensraumGarten

- Internet
- Kernkompetenz Obst
- Veredelung
- Wachstum
- IPAD im Verkauf



Herzlichen Dank - Ich beantworte gerne Ihre Fragen!

