

# Verkaufsaktive Shop-Gestaltung

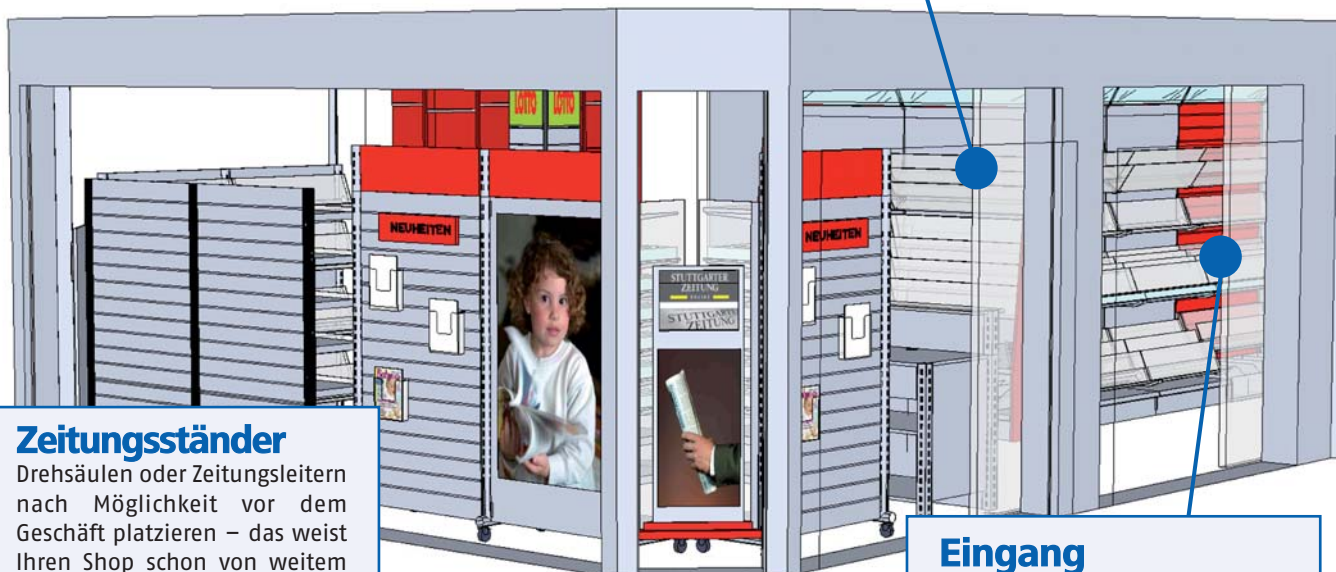
**Supermärkte, Tankstellen** und Convenience-Filialisten überlassen bei der Einrichtung und Gestaltung der Verkaufsräume nichts dem Zufall: Welche Warengruppen im Eingangsbereich, welche in der Kassenzone und welche in Mittelgondeln platziert sind, folgt einem erprobten und festgelegten Schema. Ebenso standardisiert ist die Belegung der Regalflächen: Nicht nur in der Zeitschriftenabteilung, sondern auch beim Tabak, den Süßwaren, Snacks und Trendartikeln, Spielwaren etc. gibt es klare Regeln, wie und wo die einzelnen Produkte angeboten werden sollen, um einen möglichst hohen Gesamtumsatz für das Geschäft zu erzielen.

Jedes Geschäft hat zudem mehr oder weniger attraktive Angebotszonen. Top-Plätze sind im die ersten Meter rechts und links vom Eingangsbereich sowie die Kassenzone. Häufig kann man allein durch die Umplatzierung von ertragsstarken Warengruppen in die verkaufsaktiveren Zonen des Geschäfts deutliche Umsatzsteigerungen erzielen. Auch die Lage des Kassentresens ist wichtig: Je weiter er vom Eingang entfernt ist, desto besser – auf jedem Schritt, den die Kunden vom Eingang zur Kasse zurücklegen, nehmen sie Ihre Angebote wahr – und das bedeutet zusätzliche Verkaufschancen. (is)



## Fenster und Glasfronten

Nach Möglichkeit nicht komplett zubauen oder –dekoriern: Lassen Sie Ihren Kunden ein paar (Ein-) Blicke ins Geschäft frei!



## Zeitungsständer

Drehsäulen oder Zeitungsleitern nach Möglichkeit vor dem Geschäft platzieren – das weist Ihren Shop schon von weitem als Fachgeschäft aus, wirkt als Kundenstopper und schafft mehr Platz im Verkaufsraum.

## Eingang

Offene Türen wirken einladend und ermöglichen den Blick ins Innere.

## Kassenzone

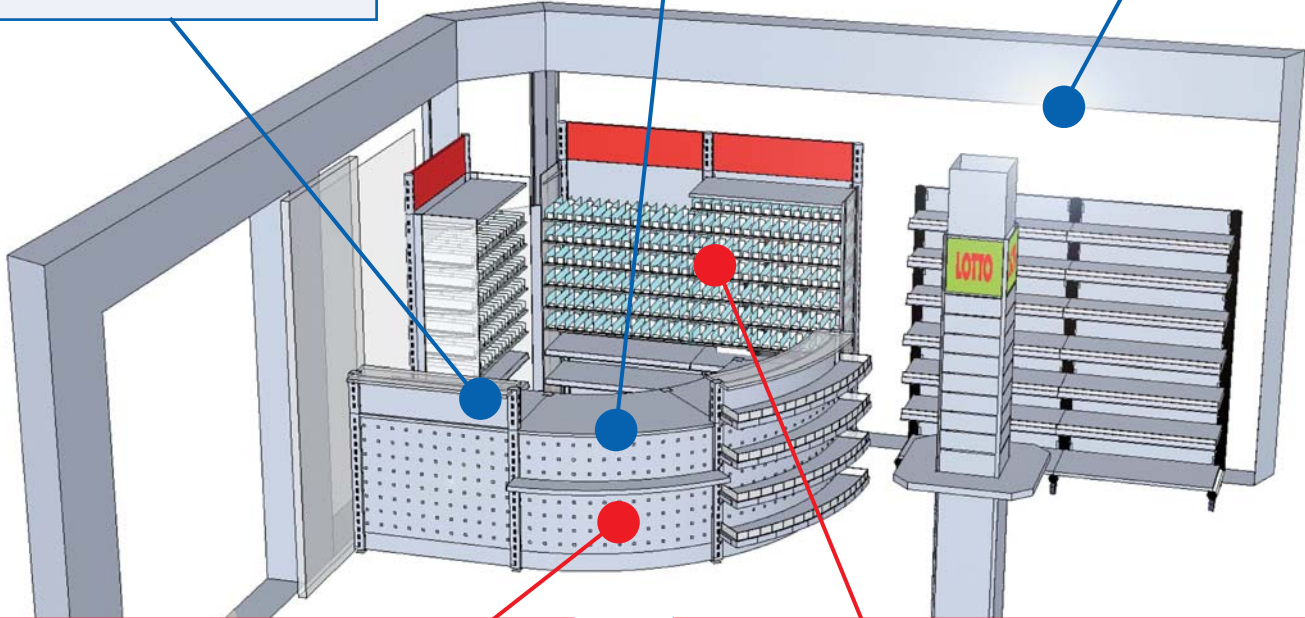
So im Shop platzieren, dass die Kunden auf dem Weg dorthin möglichst viel Produktkontakte bekommen!

## Tresen

Die besten Plätze auf dem Tresen für Top-Titel (hohe Nachfrage + hoher Copypreis) reservieren!

## Beleuchtung

Helle Spots setzen Ihr Angebot ins rechte Licht.



## Süßwaren

Wie viel man an Schokoriegeln, Kaugummis und anderen Süßwaren verdient, hängt von der Kundenstruktur und den Bezugskonditionen ab. Entsprechend sollte auch die Entscheidung, wie viele – und welche – Produkte man im verkaufsaktiven Kassensbereich platziert, wohl überlegt sein! Süßigkeiten werden meist spontan gekauft. Sorgen Sie für Abwechslung – mit wechselnden Angeboten auf dem Tresen, Neuheiten und Sondereditionen.

## Tabakwaren

Für die Sortierung im Regal hinter dem Kassentresen empfiehlt es sich, Markenfamilien im Block zu präsentieren, so z.B. alle Produkte der Marlboro-Familie nebeneinander. Ob es sich lohnt, auf ein höherwertiges Angebot mit Zigarren- und Tabak-Raritäten, Pfeifen und edlem Zubehör wie teuren Feuerzeugen etc. zu setzen, hängt von der Kundenstruktur des Geschäfts ab. Wer sich dafür entscheidet, muss auch den Verkaufsraum entsprechend einrichten: Neben abschließbaren Glasvitrinen mit integrierter Beleuchtung und eventuell einem Humidor sollte man auch an eine ruhigere Ecke denken, in der die beratungsintensiven Produkte präsentiert werden können.





### Presse

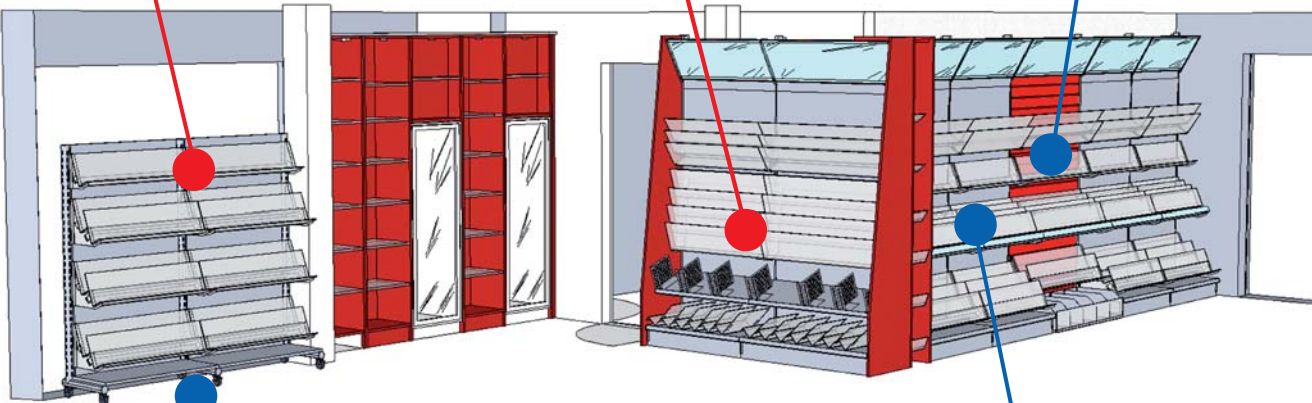
Presse ist neben Tabakwaren der stärkste Frequenzbringer im Fachhandel. Die Zeitschriftenwand sollte die Hauptattraktion des Verkaufsraumes bilden und zentral platziert sein, damit die Kunden sie möglichst von jedem Ort im Geschäft sehen können – idealerweise durch die Scheiben bzw. die Tür auch von außen

### Schreibwaren

Wer mit Schul- und Bürobedarf gutes Geld verdienen will, braucht eine klare Strategie: setzen Sie auf ein breites, aber flaches Sortiment. Konzentrieren Sie sich auf Markenartikel und die Marktführer in den einzelnen Produktbereichen. Oder spezialisieren Sie sich auf einzelne Bereiche wie z.B. schöne Papiere, edle Schreibutensilien, wechselnde Aktionen zu verschiedenen Bastelthemen.

### Regalschale

Neuheiten, aktuell stark beworbene Titel und Sonderhefte bevorzugt platzieren



### Stufenregal

Bringen Sie Ihre Zeitschriftenauswahl mit einem modernen, hell ausgeleuchteten Stufenregal optimal zur Geltung. Investieren Sie in zusätzliche geeignete Warenträger für Tageszeitungen, internationale Presse, Roman- und Rätselhefte.

### Vor der Pressewand

Lassen Sie Ihren Kunden genug Platz, um in Ruhe vor dem Regal zu stöbern.

### Presseregale

Sortierung in vertikalen Blöcken nach dem GROSSO-Belegungsschema – so finden die Kunden schnell die gewünschten Titel.