

AM RICHTIGEN ORT GEKAUFT

HOTSPOTS DER IMPULSKÄUFE

Das beste Produkt nützt nichts, wenn es nicht wahrgenommen wird. Diese schmerzhafteste Erkenntnis machen täglich Retailer und Markenhersteller, deren hochwertige Waren in überfüllten Regalen untergehen. Während Kunden achtlos vorbeigehen, wartet das perfekte Produkt vergeblich auf Aufmerksamkeit. Der Grund: Solche Kaufentscheidungen folgen ihrer eigenen Geografie, und diese liegt selten im Standardregal. Mobile Zweit-POS-Displays bringen Waren dorthin, wo Käufe wirklich entstehen.

WO SPONTANE KAUFENTSCHEIDUNGEN WIRKLICH ENTSTEHEN:

Spontankäufe entstehen nicht durch rationale Überlegung, sondern durch spontane Verfügbarkeit zur richtigen Zeit am richtigen Ort. Im Regal konkurrieren Produkte mit hunderten anderen um Aufmerksamkeit. Die Geografie der Spontankäufe folgt Mustern. Neuralgische Punkte sind:

- **Eingang:** Hier sind Kunden noch aufnahmefähig und offen für Neues. Saisonale Artikel oder Neuheiten finden hier ihre ideale Bühne.

- **Gänge:** Ungenutzter Raum zwischen den Regalen wird zur wertvollen Verkaufsfläche. Hier entstehen zusätzliche Umsätze ohne zusätzliche Miete.

- **Kassenzone:** Der Moment des Wartens wird zum Moment des Kaufens. Kleine Artikel mit hoher Marge finden hier ihre Abnehmer.

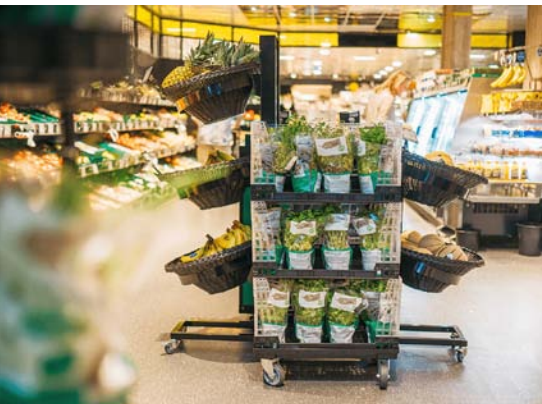
MOBILITÄT FOLGT DEN KUNDENSTRÖMEN

Morgens locken die Zweit-POS hungrige Pendler, mittags bringen sie Lust auf

Lunch und abends an der Kasse sorgen sie für spontane Feierabendkäufe.

Das mobile System macht schnelle Standortwechsel möglich, ohne Personal zu belasten oder Kunden zu stören.

Für Filialisten rechnet sich die Investition in die richtige Impulskauf-Geografie



Unübersehbare Zweitplatzierung.

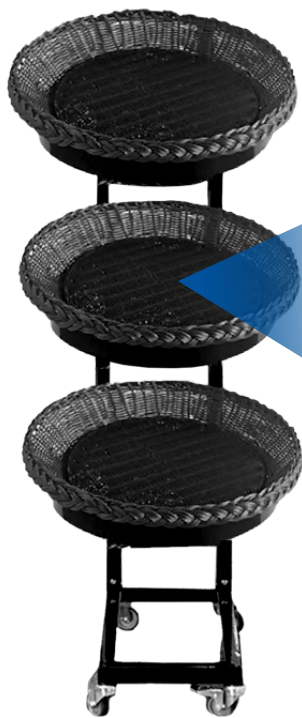


Korbstationen im Einsatz.

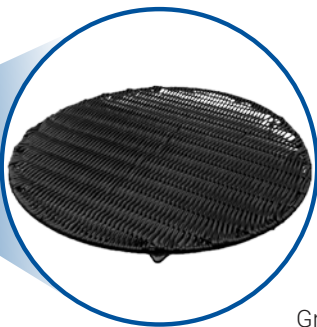


ÜBER KÜHNIS SOLUTIONS

Das Unternehmen sorgt mit seinen Verkaufsförderungslösungen für Mehrumsatz im Schweizer Detailhandel. Dazu zählen u. a. Zweit-POS wie mobile Stationen und Präsentationsinseln. Mit ihrer Modularität und Individualisierbarkeit ermöglichen sie massgeschneiderte Markenauftritte direkt am Point of Sale. Interessierte können sich von den Verwandlungsmöglichkeiten der Zweitplatzierungen im Showroom in Oberriet überzeugen, die Warenpräsentationen vor Ort selbst ausprobieren und kombinieren.



POINT OF SALE



GANZJÄHRIG IM EINSATZ

Ist Ostern vorbei, werden die Oster-Topper einfach gegen Grill-Topper getauscht.

Die Station bleibt, die Botschaft ändert sich. Für den Detailhandel bedeutet das: Einmal investieren, ganzjährig profitieren.

GANZJÄHRIG IST GUT, MEHRJÄHRIG IST BESSER

Lieber lang im Einsatz statt schnell auf dem Müll. Im Gegensatz zu kurzlebigen Karton-Displays sind moderne Zweit-POS-Lösungen für den Dauereinsatz konzipiert. Robuste Materialien mit Direktdruck halten täglicher Beanspruchung stand. Mit einer Tragfähigkeit bis 130 kg und drei Jahren Garantie überstehen sie jeden Kundenansturm. Da die Werbeflächen zudem nicht ausbleichen, werden die Verkäufe mit einem solchen System langfristig gefördert.

DIE POS-INSEL: GEZIELT IMPULSE SETZEN

Die zentrale Platzierung der POS-Insel macht sie zu Magneten für Aufmerksamkeit. Wechselbare Poster ermöglichen schnelle Kampagnen-Anpassungen. Was heute «Neu im Sortiment» bewirbt, kann morgen «Letzte Chance» signalisieren. Gleicher Impuls. Angepasste Botschaft. Da das Design auf allen Seiten anpassbar ist, eignet es sich auch für Markenhersteller und ihre Botschaften.

KUEHNIS-SOLUTIONS.CH



Besserer Abverkauf auf drei Ebenen.



Individuell anpassbar.

Körbe mit Einleger.

schnell. Höhere Umsätze pro Quadratmeter, reduzierte Abschriften und nachhaltige Nutzung schaffen messbare Wettbewerbsvorteile. Korbständer schaffen z. B. attraktive Präsentationsflächen, die Kunden zum Zugreifen animieren. Die leicht schräge Anordnung der Körbe optimiert sowohl Sichtbarkeit als auch Zugänglichkeit.

EINLEGER HEBEN DIE WAREN AN

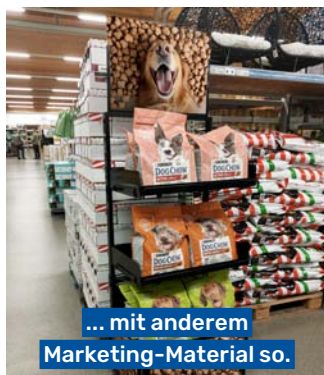
Einleger lassen Waren auch bei geringeren Mengen attraktiv wirken. Früchte und Gemüse werden nicht mehr übereinandergestapelt. Sie liegen einzeln und griffbereit. Die schonende Lagerung bei Früchten und Gemüse führt zu weniger Verlust.

EINE EINZIGE STATION-VIELE MÖGLICHKEITEN

Verschiedene Produktkategorien erfordern unterschiedliche Impulsverstärker:



So kann eine Station aussehen ...



... mit anderem Marketing-Material so.



Auch das ist die gleiche Station.



Und diese promotet auch Marken.