

PARFÜMERIE
Pieper

VM-GUIDE
ANGEBOTSWAND

INHALTSVERZEICHNIS

S. 2	Einleitung
S. 3	Richtlinien
S. 5	Angebotsdarstellung
S. 6	Gliederung
S. 7 – 9	Darstellungsbeispiele
S. 10	Produktsortierung
S. 11	Beispielbilder

VM-KONZEPT ANGEBOTSWAND

- Die Hauptfunktion unserer Angebotswand besteht darin, die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich zu ziehen und sie durch eine attraktive Gestaltung in unsere Filiale einzuladen.
- Wir möchten in der Angebotswand bestimmte Produkte, die für Kunden attraktiv sind, und Angebote hervorheben sowie dessen Verkauf fördern.
- Besonders wichtig für die Attraktivität ist die Produktauswahl und die Angebotsdarstellung





VM-KONZEPT ANGEBOTSWAND

Richtlinien

1 Dauerniedrigpreis-Liste

- Produkte der Angebotswand und deren Preisauszeichnung entnehmen Sie bitte der Dauerniedrigpreis-Liste. Diese wird monatlich angepasst.

2 Keine Exklusivmarken

- Mit unseren Exklusivmarken möchten wir Luxus und Exklusivität verkörpern und uns von unseren Mitbewerbern abgrenzen. Daher sollen folgende Marken/Produkte **nicht** in der Angebotswand platziert werden: Knowledge, Mine Perfume Lab, Hoss, Qiriness, Birkholz Lovely Memories, Birkholz Spectrum, Birkholz Delapure, Birkholz Amber Oud.

3 11,99€ Sets und 9,99€ Düfte

- Diese Produkte fungieren als Kundenmagnete und eignen sich hervorragend als Schüttenware (9,99€ Düfte) und für separate Tischaufbauten (11,99€ Sets). In der Angebotswand sollten sie vornehmlich nicht platziert werden. Sollten die Gegebenheiten der Filiale es nicht anders hergeben, können Sets in einer separaten Regalspalte oder Einzeldüfte in die unteren Regalböden mit platziert werden.

4 Abverkaufsware (20% ,30%, 40% und 50%)

- Abverkaufsware sollte ebenfalls im Regelfall nicht in der Angebotswand präsentiert werden, sondern als separater Tischaufbau – bekannt als der ursprüngliche „40% Tisch“. Wenn Sie für einen separaten Tischaufbau absolut keinen Platz haben oder Sie Produkte unter der Abverkaufsware haben, die die Kunden an Ihrem Standort sehr ansprechen würden, dann können Sie die erste Regalspalte der Angebotswand für diese Ware nutzen.



VM-KONZEPT ANGEBOTSWAND

Richtlinien

5 Monatsangebote

- Monatsangebote können gerne mit dem entsprechenden Einleger in der Angebotswand platziert werden.
- Diese eignen sich jedoch auch hervorragend für Tischaufbauten im Eingangsbereich:





VM-KONZEPT ANGEBOTSWAND

Angebotsdarstellung

6 Beschilderung Angebotswand

- Für Ihre Angebotswand wurden Sie mit vorgeprägten Preisschildern in Din A6 ausgestattet. Bitte schreiben Sie **keine** Preisschilder **per Hand**.
- In der Angebotswand werden ausschließlich die pinken Schilder verwendet



- Bitte platzieren Sie die Preisschilder in den entsprechenden Acryl-Aufstellern immer **rechts** neben der Ware.



VM-KONZEPT ANGEBOTSWAND

Gliederung

Gliederung der Regale

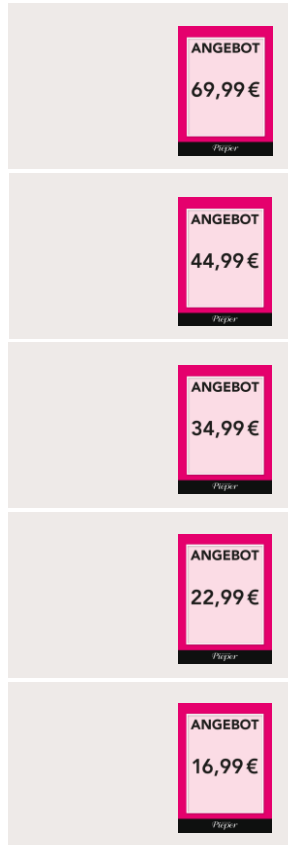
- Bitte passen Sie die Gliederung der Regalböden den Gegebenheiten Ihrer Filiale an. Im Regelfall sollten auf allen Böden Angebotsprodukte platziert werden (Beispiel S.6).
- Wenn Sie zusätzliche Fläche für Abverkaufsware benötigen, nehmen hierfür bitte die erste Spalte der Angebotswand. Auf den restlichen Böden wird die reguläre Angebotsware präsentiert (Beispiel S.7).
- Wenn Sie zusätzliche Fläche für die 11,99€ Sets und/oder die 9,99€ Düfte benötigen nehmen Sie für die Sets ebenfalls eine gesamte Spalte der Angebotswand, um ein ruhigeres Erscheinungsbild zu erhalten. Die Düfte arbeiten Sie bitte in die untersten Regalböden mit ein (Beispiel S.8).
- Gliedern Sie die Regalspalten mit der Angebotsware bitte nach folgenden Kriterien: Damen, Herren und Pflege.



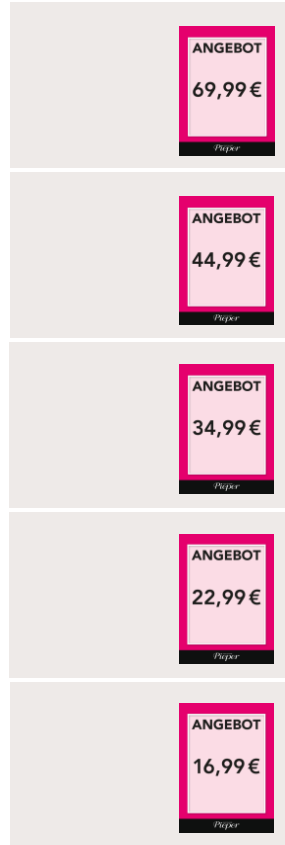
VM-KONZEPT ANGEBOTSWAND

Darstellung „Reguläre“ Angebotswand

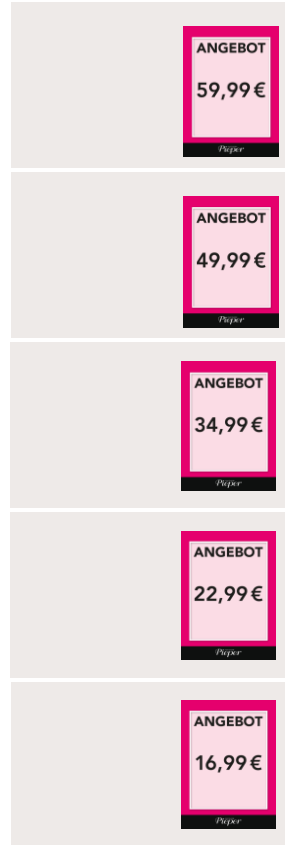
Damen



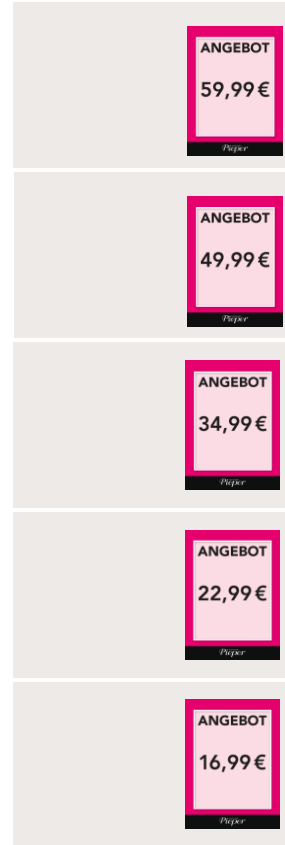
Damen



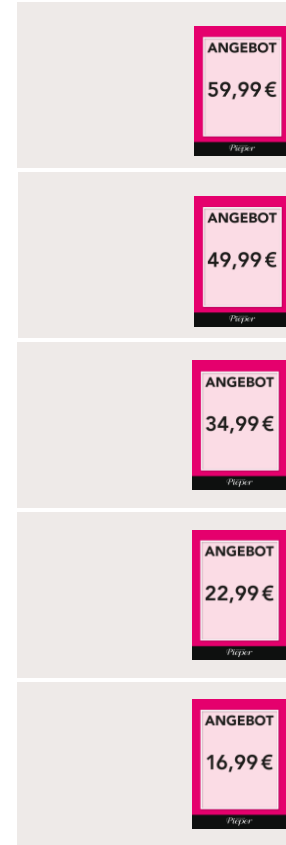
Damen



Herren



Pflege

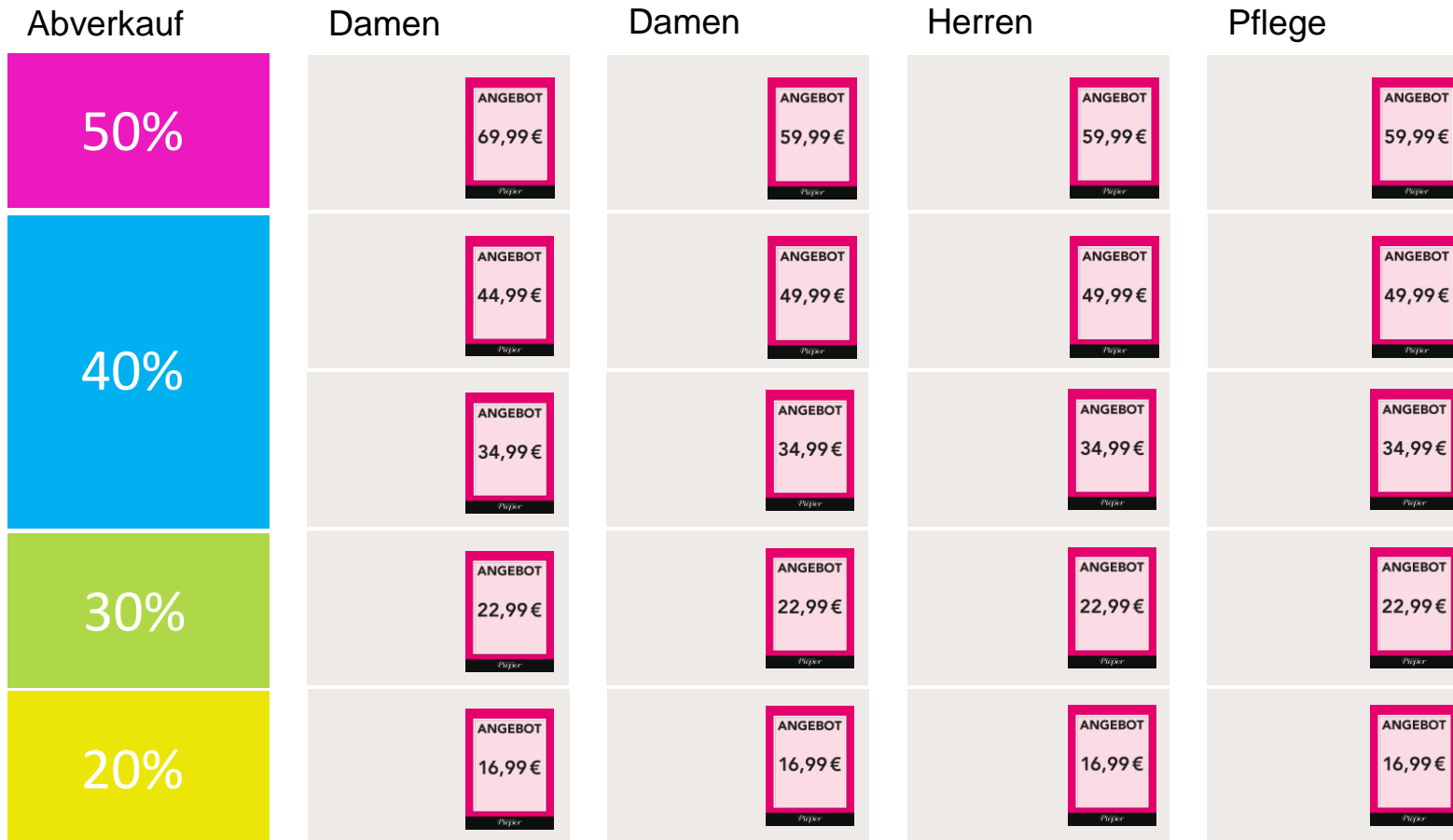


Hinweis: Einzelschicksale bitte immer in den untersten Regalen platzieren.



VM-KONZEPT ANGEBOTSWAND

Darstellung inkl. Abverkaufsware





















Hinweis: Bitte sortieren Sie den Abverkauf prozentual abwärts. Sie können auch nur eine Abverkaufsraabattierung anbieten, z.B. nur 40%.



VM-KONZEPT ANGEBOTSWAND

Darstellung inkl. 11,99€ Sets (und 9,99€ Düfte)

Sets	Damen	Damen	Herren	Pflege
11,99€ Sets				
11,99€ Sets				
11,99€ Sets				
11,99€ Sets				
11,99€ Sets		(9,99€ Düfte)	(9,99€ Düfte)	

Hinweis: Sie können auch nur die 11,99€ Sets und die Wand integrieren und die 9,99€ Düfte in den Schütten platzieren.



VM-KONZEPT ANGEBOTSWAND

Produktsortierung

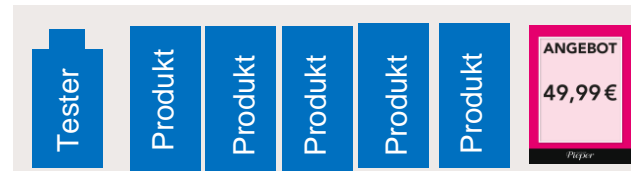
Sortierung der Produkte

- Bitte sortieren Sie die Produkte **preisabwärts** – also von dem teuersten Produkt (oben) zu den günstigsten Produkten (unten).
- Produkte der gleichen Marke und einem gleichen Preis (z.B. Lady Million und One Million) bitte wenn möglich auf einer Regalhöhe platzieren.

Damen: Paco Rabanne Lady Million



Herren: Paco Rabanne One Million



- Die Platzierung der Produkte erfolgt immer auf Kante, der Tester links und die Preisauszeichnung rechts vom Produktaufbau.



VM-KONZEPT ANGEBOTSWAND

Vorher – Nachher Vergleich



VORHER



NACHHER