# Consulting

AREA

# 1. KONZEPTION & BERATUNG FÜR DIE INDUSTRIE

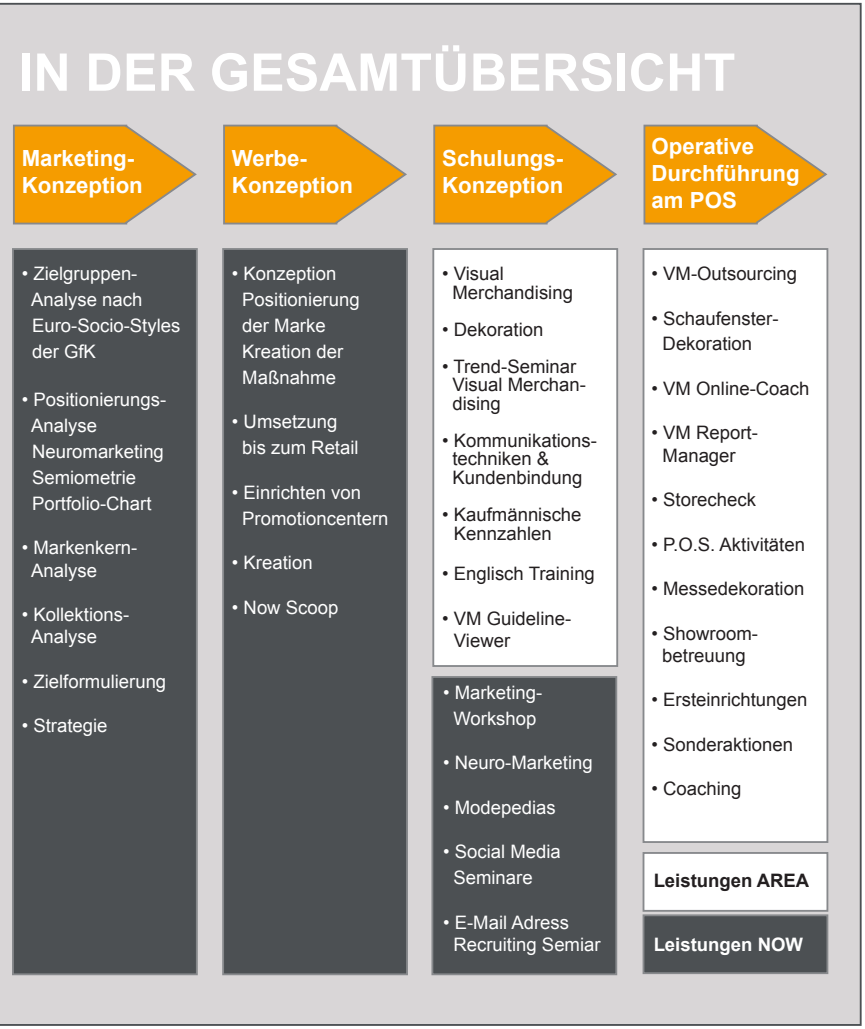
## AREA denkt 360°

Ob New Media, 360°-Marketing, Sortimentskonzepte – die Anforderungen an den Handel steigen. AREA berät Sie 360° rund um:

- Sortimentskonzeption
- Einkauf
- Vertrieb
- Filialkoordination
- Warensteuerung
- Marketing
- Mitarbeiterführung

## Unsere Leistungen:

- Ist-Analyse Ihres Unternehmens
- Durchführung von Storecheck mit Potentialanalyse
- Optimierung der Prozesskette hin zu funktionellem Visual Merchandising
- Erarbeitung von Visual-Merchandising-Guidelines
- Grafische Umsetzung von Mustersortimenten
- Werbeunterlagen für Ihre VM- & Store-/Shop-Präsentationen
- Erarbeitung von Dekorations- & Fensterkonzepten
- Beschaffung von Deko-Materialien und Warenträgern




## Mit Ihrer Kommunikation geben Sie dem Endverbraucher ein Versprechen ...

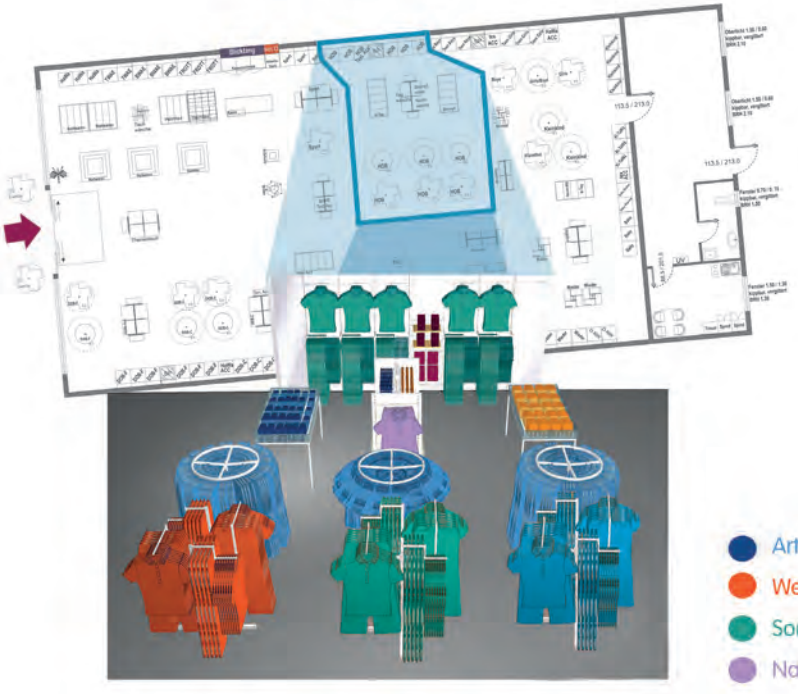
Visual Merchandising ist der Spiegel Ihrer Vertikalisierungsschritte.
Die Zusammenarbeit von Produktmanagement, Vertrieb und Logistik sichert die perfekte Warensteuerung in die Fläche.
Basierend auf diesen Informationen, erarbeiten wir Merchandising-Konzepte, die Ihnen bei der Differenzierung Ihrer Marke vor Ort helfen und einfach umzusetzen sind.

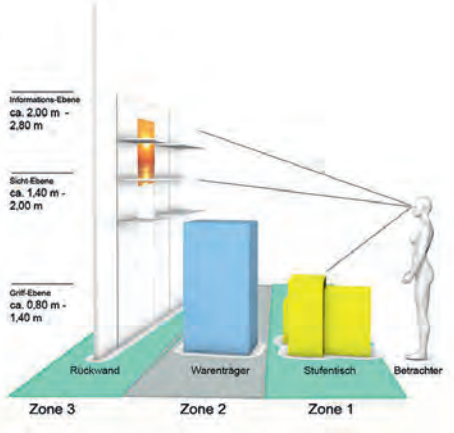
## ... mit Visual Merchandising halten Sie es.

# 2. VISUAL MERCHANDISING GUIDELINES

## Saisonunabhängige Guidelines:

- Visualisierungen für VM-Handbücher – Basics und seasonal
- Aussagen visuell auf den Punkt gebracht, besser als es jedes Foto kann
- Lange Gültigkeit durch neutralen Wareneinsatz
- Jedwede Perspektive kann erzeugt werden






- Artikel und Restanten
- Werbethemen
- Sortiment
- Nachtwäsche
- Tagwäsche
- Socken/Strümpfe
- Accessoires

# 3. SCHULUNGSUNTERLAGEN

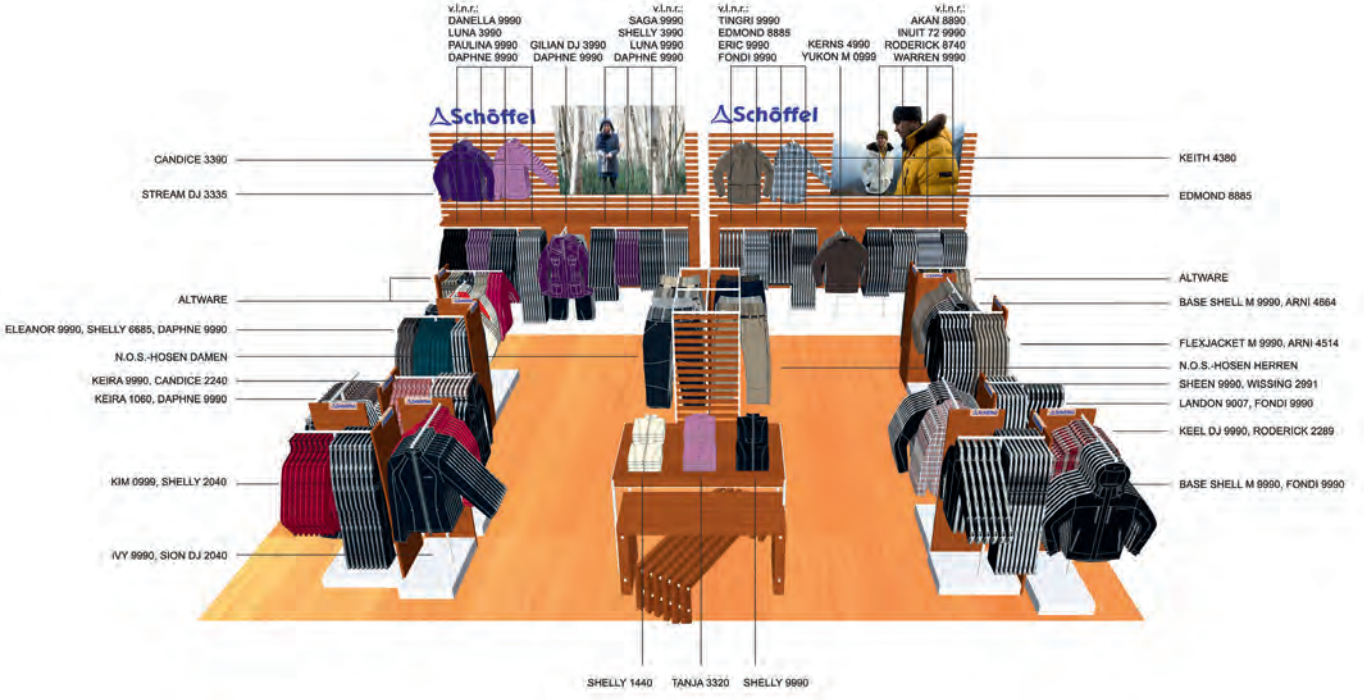
## Keine Diskussionen:

- Optimale Visualisierungen ohne Fehler, keine Diskussion über Details auf Fotos
- Stichhaltig
- Saisonneutral
- Eindrucksvoll und professionell

# 4. VERKAUFS-UNTERLAGEN

## Noch vor der Kollektionsfertigung:

- Visualisierung von Verkaufsunterlagen für Messen, Ordertermine und Kundenverhandlungen
- Ware wird als Foto (nach Kollektionslieferung) oder als Skizze (weit vor Kollektionslieferung) bereits in den Shop geplant.
- Argumentationshilfe für AD und Retailmanagement
- Auch für die Vermarktung von Events/Aktionsmarketing



# 7. DIE ÜBLICHE VORGEHENSWEISE

## Der Ablauf:

- Konzepttag zur Abstimmung Ihrer Zielsetzung und der zu erwartenden Qualität
- Digitalisierung Ihres Ladenbaus (bis hin zum kompletten Store)
- Erfassung Ihres aktuellen Sortiments oder eines Mustersortiments (via Foto oder über Ihre Design-Skizzen)
- Erstellung der Warenbilder auf und im Shopmobiliar
- Output nach Vereinbarung (Bilder, Filme, komplette Präsentationen)

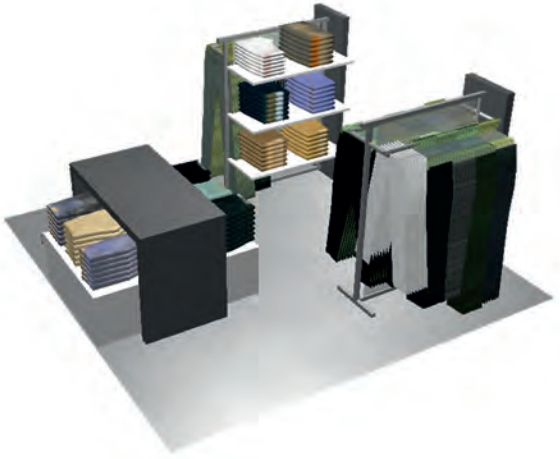
## Inhalt:

- Definition der Fokus- und Dekorationspunkte über alle
  -Produktbereiche
  -Marken
- Festlegung der Key-Outfits
- Festlegung der Kampagnen-Präsentation

## SCHRITT 1: POTENZIAL

## SCHRITT 2: DIGI-SHOP

## SCHRITT 3: DIGI-SORTIMENT



## SCHRITT 4: UMSETZUNG

# 9. STORECHECK

„Dasistmirnieaufgefallen“ steht unter D im AREA-Vokabular. Und deshalb wird unser professioneller Blick von außen so geschätzt. Nutzen Sie unseren Storecheck, wenn Sie ganz viel in ganz kurzer Zeit über die Stärken und Schwächen Ihres Gesamtauftritts erfahren wollen. Mit dem geschulten Blick des VM-Berater und der unschuldigen Perspektive des Kunden überprüfen wir Ihr Geschäft auf Inspirationsquote, logischen Aufbau, Emotionalität, Storytelling und die Qualität Ihrer Verkaufsförderung. Mit unserer 9-er-Checkliste behandeln wir dabei jeden Bereich. Danach gibt es eine klare Handlungsempfehlung. Weil unser Vokabular nicht mit Zureden sondern meist mit Zusammenarbeit endet.

## Die neun Bereiche für erfolgreiches VM im Unternehmen

**oder, Der Rote Faden des Visual Merchandising**

### 1. Die Außenpräsentation

Die Fassadengestaltung
Die Beleuchtung
Die Dachmarkeninszenierung
(Fixe und variable Elemente)
Der Wetterschutz
Das Gesamterscheinungsbild des Außenbereichs

### 2. Die Schaufenster

Der Schaufensterplan nach Produktwelten
Der saisonale Fensterplan
Die Grundsätze der Fensterdekoration
Die Beschilderung der Schaufenster
Die Beleuchtung
Die Fensterabnahme und alltägliche Kontrolle

### 3. Die Eingangsbereiche

Die Offenheit
Die Kenntlichmachung
Die Beleuchtung
Die Freundlichkeit
Die Produktwelt(en) - erster Eindruck

### 4. Die Produktwelten

Die Zielgruppen
Die Produktwelten im Flächenplan
Die Platzierung
Die Erreichbarkeit
Die Inspiration und der Bedarf

### 5. Die Dekopunkte

Die Definition
Die fixe Platzierung auf den Flächenplänen
Die saisonale Themenplanung

### 6. Die Faszinationspunkte

Die Definition
Die variable Platzierung auf den Flächenplänen
Die saisonale Themenplanung

### 7. Die Rahmenbedingungen & Annehmlichkeiten

Die Kassen und Servicebereiche
Die Ruhe- und Verweilzonen
Die musikalische Untermalung
Die Umkleidekabine
Die Serviceleistungen des Unternehmens
Die Sauberkeit

### 8. Die Warenpräsentation

Das Arena - Prinzip
Die Inspiration
Die Outfitpräsentation
Die dekorative Warenpräsentation
Die bedarfsorientierte Warenpräsentation
Das 100% Prinzip

### 9. Der Multimediaplan

Die aktuelle Werbekampagne
Der Internetauftritt
Das Social Networking
Die New Media
Die Emotionalisierung (Bilder & Sounds)