

[POPAI CENTRAL EUROPE](#) → [Aktuality](#) → Využijte prodejní sílu sezonních POS – emoce jsou v pozoru, podpora prodeje a budování značky v akci

Využijte prodejní sílu sezonních POS – emoce jsou v pozoru, podpora prodeje a budování značky v akci

Vloženo: 19.10.2022

Novinka člena **POPAI CE**

Využijte prodejní sílu sezonních POS – emoce jsou v pozoru, podpora prodeje a budování značky v akci

Není žádné překvapení, že Vánoce, Valentýn, Velikonoce a další sváteční období jsou specifickou a silnou prodejní sezónou pro mnoho výrobků. O místo na prodejní ploše nebo o branding v rámci regálu je doslova boj. Svátky jsou emočně silná období bez ohledu na „nutnost“ nákupu dárků a srdce i peněženky zákazníků jsou štědrěji naladěny. Právě emoce jsou nejsilnějším nákupním boosterem a hlavním tvůrcem ekvity značek. Pokud i v místech prodeje zvolíte to správné řešení a vystoupíte z řady, zvýšíte tak nejen objem prodeje, ale je to zároveň skvělá příležitost pro budování nebo posílení brandu. Značky také potřebují vyniknout v časté záplavě konkurenční komunikace, v sezonních obdobích především. A co znamená „správné“ vystavení? V dnešní době musí být na špičkové kreativní úrovni, jednoduché, originální, inspirující a respektující shopper-centrická pravidla nákupního chování a rozhodování pro konkrétní produkty a značky.

Zákazníci jsou mnohem rozmazlenější než dříve a při nakupování vítají pozitivní rozptýlení, očekávají originální zážitky. A ty můžete přinášet v průběhu celého roku. Sezonní POS totiž nabízí skvělé možnosti, jak posilovat nebo pozměňovat nákupní zvyklosti, motivovat zákazníky k vyzkoušení a ovlivňovat krátkodobě i dlouhodobě jejich mysl a nákupní chování. Navíc mohou být vstupní příležitostí pro vystavení typu cross category, tedy pro spojení více produktů nebo kategorií jak v rámci jednoho výrobce, tak více výrobců nebo třeba výrobce s privátními značkami maloobchodníka. Například na Valentýna je to víno a čokolády, na Vánoce třeba pивní speciály s barevnými ponožkami. Přitom nemusíme cílit jen tvrdé cíle, ale můžeme tak projevit zájem a charismaticky pečovat o své zákazníky. Benefity sezonních POS jsou nesporné, a přitom se s nimi u nás stále nepracuje dost aktivně a kreativně. Můžete se s námi inspirovat třeba variacemi POS, která jsou trendy v USA, s více propojenou 2D grafikou s originálními 3D prvky a na malém prostoru nabízejí více kreativity. Vytvořte s námi úžasná vystavení třeba pro Den matek, otců, dětí, rodiny, Halloween, Mezinárodní den domácích mazlíčků, pro období dovolených a „back to school“, Vánoce, Valentýna, Velikonoce... a všechny další sezony, které mohou být pro Vaše produkty a značky relevantní.

Daniel Jesenský, [DAGO](#)



Váš účet

[Zapomněli jste heslo?](#)

Váš e-mail

Vaše heslo

[Nová registrace pro členy POPAI](#)

Přihlásit

SUSTAINABILITY AT RETAIL →

REPORTÁŽNÍ SEMINÁŘE POPAI CE →

POPAI DAY →

PARTNEŘI POPAI DAY →

KONFERENCE POPAI FORUM →

LINKED IN →



POPAI AWARDS



HVĚZDA 3D REKLAMY



POPAI STUDENT AWARD



POPAI imPULSE

Registrovat



KLUB ZADAVATELŮ



DIGITÁLNÍ KOMUNIKACE



REKLAMNÍ PŘEDMĚTY

Spolupracující organizace:

