

SEZONNÍ POS KOMUNIKACE - EMOCE JSOU V POZORU, PODPORA PRODEJE A BUDOVÁNÍ ZNAČKY V AKCI

NEZAPOMEŇTE, KONEJTE, SKLÍZEJTE...

Není žádným překvapením, 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 štědřeji naladěny. Právě emoce jsou nejsilnějším nákupním boosterem a hlavním tvůrcem ekvity značek. Pokud i v místech prodeje zvolíte to správné řešení, vystoupíte z řady, zvýšíte tak nejen objem prodeje, ale je to zároveň skvělá příležitost pro budování nebo posílení brandu. A potřebují také vyniknout v časté záplavě konkurenční komunikace, v sezónních obdobích především. A co znamená „správné“ vystavení? Musí dnes 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 vítají při nakupování pozitivní rozptýlení, očekávají originální zážitky. A ty můžete přinášet v průběhu celého roku. Sezónní POS totiž nabízí skvělé možnosti, jak posilovat nebo pozměnit nákupní zvyklosti, motivovat zákazníky k vyzkoušení, ovlivnit krátkodobě i dlouhodobě jejich mysl a nákupní chování. Navíc mohou být vstupní příležitostí pro cross category vystavení, tedy pro spojení více produktů nebo kategorií jak v rámci jednoho výrobce, více výrobců, nebo třeba výrobce s privátními značkami maloobchodníka. Například

na Valentýna víno a čokolády, na Vánoce třeba pivní speciály s barevnými ponožkami. Přitom nemusíme cílit jen tvrdé cíle, ale projevit tak zájem a charizmaticky pečovat o své zákazníky. Benefity sezónních POS jsou nesporné, a přitom se s nimi u nás stále nepracuje dost aktivně a kreativně. 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 sezóny, které pro vaše produkty a značky mohou být relevantní.

Marek Končítik, DAGO