

Inszenieren, verführen, mehr verkaufen – Multisensuales Marketing und Ladengestaltung, von Daniel Schnödt

Auf 192 Seiten zeigt der Autor in vielen Beispielen aus der alltäglichen Praxis den Weg zu einer erfolgreichen Planung und Gestaltung eines Ladengeschäftes. Dabei werden Strategien für den Markt aufgezeigt, die nicht nur in acht Erfolgsfaktoren eingeteilt sind, sondern auch geeignet sind, alle Sinne der Menschen anzusprechen und dabei zur Kundenbindung, und zudem zur erfolgreichen Differenzierung vom Wettbewerb zu führen.

Sehr kurzweilig wird dargestellt, wie man ein individuelles und multisensorisches Gestaltungs-Konzept für ein eigenes Unternehmen entwickeln kann. Unabhängig davon, ob ein Existenzgründer seinen ersten Laden gestaltet oder ein Filialist seinen Ladenbau überarbeiten möchte, wird das Werk so zu einer Quelle der vielseitigen Inspiration. Die aufgezeigten Beispiele für die Konzeption, Gestaltung und Dekoration eines Fachgeschäftes sind im Großen wie im Kleinen umsetzbar.

Mit über 130 Skizzen, Tabellen und Bildmaterialien aus der vielseitigen Welt des Handels werden die theoretischen Elemente des Buches sehr anschaulich und verständlich begleitet. Auch klassische Marketing-Grundlagen kommen dabei nicht zu kurz. Beispielhaft sei hier die schon berühmte AIDA-Formel erwähnt, die schon 1898 von Elmo Lewis beschrieben wurde und die Basis für die Umsetzung eines visuellen Marketings darstellt.

Zu jeder Zeit merkt der Leser, dass der Autor sich seit vielen Jahren im Handel bewegt und über Lösungen und Weiterentwicklungen nachdenkt, solche erarbeitet und den Marktteilnehmern zur Verfügung stellt. Ob es die Gestaltung des Fachgeschäftes, die Präsentation der Waren und Produkte oder das Design des Shops betrifft – alles mündet in ganzheitlichen Marketingkonzeptionen und langfristigen Unternehmensstrategien, die natürlich auf die individuellen Bedürfnisse und Ansätze jedes Unternehmens ausgerichtet sind.

Ganz klar lesenswert!

Jürgen Leisten, Individual Akustiker Service GmbH