
Ein Markttrends-Blog – warum machen wir so etwas?

Tagged as : [Brand Awareness](#), [Echtzeitinformationen](#), [POS](#), [Produktplatzierung](#), [Shopper Insights](#), [stationärer Handel](#)

Als Crowdsourcing-Unternehmen erhalten wir jeden Tag Hunderte von Informationen von unseren Nutzern. Wir [erfassen aktuelle Promotions](#) und [Verkaufspreise](#), neue Produkte am Markt und haben unsere Augen mithilfe unserer Nutzer überall. So erfahren wir aus erster Hand, wie die Ist-Situation im stationären Handel aussieht. Mit Tausenden Erhebungen pro Woche haben wir einen guten Überblick und diesen möchten wir gern mit Ihnen teilen.

Echtzeitinformationen vom POS

Ist ein Aktionsprodukt in einzelnen Märkten noch erhältlich? Wie werden Aktionsdisplays präsentiert und gefüllt? Wie viele [Facings hat ein Produkt in der Stammplatzierung im Regal](#)? All diese Echtzeitinformationen liegen uns vor bzw. können innerhalb kürzester Zeit erhoben werden. Damit verfügen wir über Wissen, das den meisten führenden Handelsunternehmen fehlt. Dies ergab eine Studie des Supply Chain-Technologieunternehmens Zetes*. Mit unseren Artikeln auf diesem Blog möchten wir unsere Erfahrungen teilen und unsere Expertise einbringen – die beruht immerhin auf zusammen genommen mehr als 50 Jahren Crowdsourcing-Erfahrung im appJobber-Team.

Ziel Nr. 1: der perfekte POS

Wir überprüfen seit Jahren die Qualität der Produktplatzierungen am POS. Dabei stellen wir immer wieder fest: Nur ein Teil der Aktionsflächen ist so gestaltet wie gewünscht und vereinbart. [Leere Regale](#) sind keine Seltenheit. Die wirtschaftlichen Folgen für die Handelsunternehmen liegen auf der Hand: Umsätze gehen verloren, Werbekampagnen laufen ins Leere oder bringen nur einen Bruchteil der erwarteten Einnahmen. Erfolg sieht anders aus – Erfolg braucht den perfekten POS.

Ziel Nr. 2: zufriedene Kunden

Der perfekte POS ist schließlich auch der Schlüssel zur Zufriedenheit der Kunden. Wer sich angeregt durch eine Promotion extra auf den Weg in einen bestimmten Supermarkt macht und dort feststellt, dass das Aktionsprodukt nicht (mehr) erhältlich ist, ist enttäuscht. Das schlägt sich nicht nur auf den Supermarkt nieder, sondern auch auf das Produkt und dessen Hersteller.

Wer erfolgreich sein, die eigene Markenpräsenz stärken und eine gute Brand Awareness beim Kunden erreichen will, muss solche Situation vermeiden. Mit Wissen über die Situation am POS und Shopper Insights lassen sich dagegen Gegenmaßnahmen ergreifen. Wir wollen Sie dabei mit unserem Expertenwissen unterstützen, um mit Ihnen gemeinsam den perfekten POS zu realisieren und Ihnen Vorteile im Wettbewerb zu verschaffen.

* <https://www.zetes.com/de>