

Visual Merchandising: Wie Sie Kunden neugierig machen



Schaufenster und Sichtwahl sind die Visitenkarte Ihrer Apotheke. Sie transportieren Image und Spirit. Mit einem dramaturgischen Konzept können Sie ganze Geschichten erzählen. Wecken Sie die Neugierde Ihrer Kunden. Nutzen Sie unsere praktischen Tipps zum Visual Merchandising und machen Sie Ihre Apotheke zum Blickfang für Ihre Kunden:

- **8 Geheimnisse der erfolgreichen Schaufenstergestaltung**
- **10 Tipps, wie die Sichtwahl zur Erlebniswelt der Kunden wird**

Visual Merchandising: Wie Sie Kunden neugierig machen 8 Geheimnisse der erfolgreichen Schaufenstergestaltung



1. Schaffen Sie einen Blickfang

Alles, was unsere Sehgewohnheiten durchkreuzt, fungiert als Hingucker, macht neugierig und weckt das Bedürfnis nach mehr Information, z. B. ein Schokoladenbrunnen. Bezug können Sie herstellen durch Informationstafeln (z. B. wurde Schokolade früher in Apotheken als „Kräftigungsmittel“ verkauft und ist stimmungsaufhellend).

2. Erzählen Sie eine Geschichte

Schön platzierte Verpackungen allein reichen nicht. Erzählen Sie mit der Gestaltung eine Story, eine kleine Episode, die für den Betrachter interessant, informativ, emotional, unterhaltsam oder hochaktuell ist (z. B. Après-Ski-Szene).

3. Zeigen Sie Mut zur Lücke

Versuchen Sie nicht, die gesamte Breite Ihres Sortiments abzubilden, sondern lenken Sie den Blick durch geschickten Aufbau auf ausgewählte Artikel. Nutzen Sie z. B. mit farbigem Stoff bezogene Kartons in unterschiedlichen Größen als Podeste, die hinter- und nebeneinander aufgestellt werden. Platzieren Sie den Hingucker in Augenhöhe der Passanten.

4. Machen Sie Ihre Kunden glücklich

Schon Ihr Schaufenster sollte Sympathie ausstrahlen. Wecken Sie durch Szenarien und Bilder beim Betrachter positive Gefühle und Assoziationen wie wohlige Wärme, Frische, Behaglichkeit, Vitalität, Energie, Lebensfreude, Urlaub, Entspannung, Spaß usw.

Visual Merchandising: Wie Sie Kunden neugierig machen 8 Geheimnisse der erfolgreichen Schaufenstergestaltung



5. Haben Sie Mut zu eigenen Ideen

Greifen Sie nicht nur auf vorgefertigtes Material und Standardangebote zurück, sondern setzen Sie Ihre eigenen Ideen um, die zu Ihnen und Ihrer Apotheken-Philosophie passen. Die Apothekenumschau und andere Kundenzeitschriften bieten einen Fundus an Themen.

6. Binden Sie Mitarbeiter mit ein

Beteiligen Sie Ihre Mitarbeiter an der Planung und Themensuche für die Schaufenstergestaltung. Jeweils 2 Angestellte können sich im Wechsel als Paten um ein Schaufenster kümmern. Das ist förderlich für die Motivation und Identifikation mit der Apotheke und entlastet Sie.

7. Planen Sie ganzheitlich

Eine erfolgreiche Schaufenstergestaltung erfordert eine ganzheitliche Konzeption, die sich über alle von Ihnen eingesetzten Medien erstrecken sollte. Also sollten auch die Internetseiten oder Flyer Ihrer Apotheke thematisch regelmäßig an das Schaufenster angepasst werden.

8. Ein prüfender Blick zum Abschluss

Bei Schmutz und toten Fliegen suchen Kunden das Weite. Lassen Sie zum Abschluss Ihr Schaufenster unbedingt von einem Bekannten oder guten Freund von außen betrachten. Was fällt ihm auf? Ist alles sauber und ordentlich? Sind die Artikel ausreichend beleuchtet? Stimmen die Proportionen?

Visual Merchandising: Wie Sie Kunden neugierig machen 10 Tipps, wie die Sichtwahl zur Erlebniswelt der Kunden wird



- 1. Analysieren und bereinigen Sie Ihr Sortiment**
Das gelingt auf Basis Ihrer Kundenstrukturen, der Kundenwünsche und mithilfe Ihres Warenwirtschaftssystems.
- 2. Erleichtern Sie Ihren Kunden die Orientierung**
Professionelles Category Managements erleichtert Ihren Kunden die Suche und erhöht die Rate der Spontankäufe.
- 3. Präsentieren Sie besonders beliebte und stark beworbene Marken**
Bekannte Marken erhöhen das Interesse des Kunden. Informieren Sie sich regelmäßig, welche TV-Spots und Anzeigen gerade geschaltet werden.
- 4. Gestalten Sie die Sichtwahl dreidimensional**
Ihren Kunden fällt die Orientierung leichter, wenn die Ware treppenförmig angeordnet ist. Dadurch rückt der Markenname in den Vordergrund und wird schneller gefunden.
- 5. Schaffen Sie mit Griff-lücken Fixationen**
Mit Griff-lücken lässt sich der Blick des Kunden auf bestimmte Produkte und Packungsgrößen lenken. Das lässt sich in der Sichtwahl nur mit der dreidimensionalen Umgestaltung erzielen.

Visual Merchandising: Wie Sie Kunden neugierig machen 10 Tipps, wie die Sichtwahl zur Erlebniswelt der Kunden wird



- 6. Ersetzen Sie, wenn möglich, kleine Packungsgrößen durch größere**
Große Packungen sind für den Kunden besser wahrnehmbar und weisen in der Regel einen höheren Rohertrag je Packung auf.
- 7. Richten Sie wechselnde Aktionsbereiche ein**
Variieren Sie Ihr Angebot in bestimmten Bereichen der Sichtwahl, z. B. durch immer wieder neue Aktionen. Das weckt die Neugierde und setzt Kaufimpulse.
- 8. Platzieren Sie Eyecatcher strategisch günstig**
Der beste Platz in der Sichtwahl ist nicht in Augenhöhe, sondern etwas darunter. Hier werden die Angebote von Kunden, die am HV-Tisch stehen, am besten gesehen.
- 9. Machen Sie Angebote mit Partnerprodukten**
Ergänzen Sie Produkte in der Sichtwahl durch passende Partnerprodukte und bieten Sie diese zum Paketpreis an.
- 10. Stimmen Sie die Schaufensterdekoration auf Ihre Aktionen ab**
Dann erkennt der Kunde schon von draußen, dass ihn hier etwas Neues erwartet.