

shopper experience of the shopper is a second of

Damit Ihre Shopper Sie lieben.



INHALT

Trainings [©]	06
CATEGORY MANAGEMENT BASICS ZERTIFIZIERTER GS1 CATEGORY MANAGER* ZERTIFIZIERTER CATEGORY MANAGER* NON-FOOD ONLINE CATEGORY MANAGEMENT BASICS ZERTIFIZIERTER GS1 ONLINE CATEGORY MANAGER* SHOPPER INSIGHTS BASICS TOUCHPOINT MANAGEMENT BASICS INHOUSE-TRAININGS	08 10 12 14 16 18 20 22
Beratung CATEGORY MANAGEMENT BERATUNG TOTAL STORE BERATUNG ORGANISATIONS- UND PROZESSBERATUNG	24 26 28 30
Services BEGLEITUNG SHOPPER-STUDIE ERSTELLUNG VON CATEGORY STORIES INTERIMSMANAGEMENT FÜHRUNG SHOPPER EXPERIENCE EXPERTEN-VORTRÄGE AUF VERANSTALTUNGEN UND KONGRESSEN	32 33 33 33 33 33
Studien & Insights® TOTAL STORE STUDIE DIGITALISIERUNG DES POS CM-MONITOR CATEGORY MANAGEMENT IM OMNI-CHANNEL RETAILING ECR BENCHMARKING	34 35 35 35 35 35
Experten [©]	36

Liebe Kunden, Geschäftspartner und Freunde,

GS1 Germany beschäftigt sich seit über 20 Jahren mit dem ECR-Gedanken und seit mehr als 15 Jahren mit dem Thema Category Management. Mit dem Lehrgang zum Zertifizierten GS1 (Online) Category Manager® den mittlerweile mehr als 4.000 Teilnehmer aus den verschiedensten Ländern erfolgreich absolvierten, haben wir uns einen Namen gemacht. Wir stellen seit jeher den Shopper in den Mittelpunkt unseres Handelns und leisten Überzeugungsarbeit bei Händlern, Herstellern und Dienstleistern.

Der Shopper hat sich in den letzten Jahren weiterentwickelt. Seine Bedürfnisse und Ansprüche verändern sich ständig und stellen für alle Player im Markt eine zunehmende Herausforderung dar. Wer nicht reagiert, verliert!

Um erfolgreich zu sein, müssen erst einmal die Basis und die Hygienefaktoren stimmen. Das heißt: Sortiment, Platzierung, Promotions, Preis und Service müssen die Erwartungen des Shoppers erfüllen. Dann kommt die Kür. Ein ganzheitliches Einkaufserlebnis wird für den Shopper immer wichtiger und trägt für Handel und Industrie mehr und mehr zur Differenzierung und damit zur Shopper-Gewinnung und zur langfristigen Kundenbindung hei

Darauf mussten auch wir uns einstellen. Wir haben das Team verstärkt, intensiv zusätzliches Wissen und Expertise aufgebaut sowie unser Angebotsportfolio erweitert. So können wir heute das Thema Shopper Experience rundum bedienen, sowohl ausbildend als auch beratend.

Aber schauen Sie selbst! Auf den folgenden Seiten stellen wir uns und unsere Leistungen vor. Unser Angebot gibt es von der Stange, aber auch individuell für Sie auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten. Damit Ihre Shopper Sie lieben!

Herzliche Grüße

Prait Elsödes



Birgit Schröder
Lead Shopper Experience
T +49 163 6878489
E birgit.schroeder@gs1.de

otos: GS1 Germany // shutterstock: Syda Productions, baranq, sutlafk, Dean Drobot, IDAB Creativity, Branislav Nenin, Monkey Business Images, G-Stock Studio, fizkes //dobeStock: fizkes, marvent, littlewolf1989, Seventyfour, Serhii

shopper experience®

Händler, Hersteller und Dienstleister erreichen ihre Shopper erfolgreicher mit GS1 Germany. Unsere Leistungen umfassen Trainings, Beratung, Services und Studien & Insights rund um die Shopper Experience. Neutral und kompetent verbinden wir seit mehr als 15 Jahren Händler, Hersteller und Shopper.

Damit Ihre Shopper Sie lieben.





TRAININGS

Know-how-Transfer gelingt durch inspirierende Perspektivwechsel und intensiven Austausch.

Handel ist Wandel. Dieses Sprichwort ist über 50 Jahre alt, aber aktueller denn je. Einkaufsstätten müssen den Shoppern heute nicht mehr nur den Einkauf ermöglichen, sondern ihnen ein Erlebnis bieten. Einen großen Anteil daran haben das Category Management und Shopper Marketing. Wie sieht der Shopper den Handel? Was bewegt ihn dazu, bestimmte Produkte zu bevorzugen? Und wie können Händler und Hersteller davon profitieren?

Wir ermöglichen einen ganzheitlichen Blick auf die Shopper Experience. Neben dem Lehrgang zum Zertifizierten GS1 Category Manager® bieten wir Ihnen individuelle Weiterbildungsmöglichkeiten und Schulungen an, die die Shopper Journey aus den unterschiedlichsten Perspektiven beleuchten. Und das nicht durch fach-

fremde und theoretische Seminarleiter, sondern durch Berater und Trainer, die einschlägige operative Branchenerfahrung mitbringen. Schließlich zählt Expertise zu unseren besonderen Stärken.

Sie möchten die Welt mit den Augen Ihrer Shopper sehen? Unsere Trainings vermitteln Ihnen das nötige Know-how und Tools, die Ihnen als Händler, Hersteller oder Dienstleister helfen, Ihre Shopper noch besser zu erreichen. So haben Sie gute Chancen, die Herzen Ihrer Kunden im Sturm zu erobern.

Auf den folgenden Seiten finden Sie unser gesamtes Trainingsangebot. Alle offenen Trainings lassen sich auch als Inhouse-Training buchen und bieten so die Möglichkeit individuell auf Ihre Wünsche und Anforderungen einzugehen.



IHRE ANSPRECHPARTNERIN:

Agnes Garve
Teilnehmermanagement
T +49 221 94714-541
E agnes.garve@gs1.de

SEMINAR CATEGORY MANAGEMENT BASICS

Jeder Begeisterungssturm fängt einmal klein an.

Was macht eine glückliche Händler-Shopper-Beziehung aus? Antworten auf diese entscheidende Frage liefert das Category Management. Das Ziel: shopperrelevante Warengruppen identifizieren und bestmöglich auf die Bedürfnisse seiner Kunden eingehen – als Basis für jede gute (Kunden-)Beziehung.

Das Fundament muss stimmen: Wir helfen Ihnen dabei, Ihre Käufer zu verstehen und für sich zu gewinnen.

In dem Seminar liefern wir Ihnen in praxisnahen Modulen grundlegendes Wissen für ein erfolgreiches Category Management. Sie lernen unseren standardisierten 8-Schritte-Prozess kennen, können anschließend Category Management Potenziale erkennen und gemeinsam mit erfahrenen Category Managern neue Lösungen entwickeln.



ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Handels-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen der Bereiche: ECR // Key Account Management // Außendienst // Einkauf // Supply Chain Management // Unternehmensorganisation IT // Key Account Management

LERNZIELE

Wie werden Kategorien als strategische Geschäftseinheiten geführt? // Wie sieht der Kunde die Kategorie? // Wie sieht das optimale Regal aus Kundensicht aus? // Welche Bedeutungen haben Kategorien für den Händler? // Wie werden Kategorie-Ziele definiert?

INHALT

8-Schritte-Category Management-Prozess // Kooperation zwischen Handel und Industrie // Kategorien aus Sicht des Shoppers // Definition, Bewertung, Taktiken und Umsetzung // Potenzial-ausschöpfung von Kategorien

DAUER 2 Tage

ORT

Blended Learning, Online- oder Präsenztraining (GS1 Germany Knowledge Center, Köln)

PREIS 1.195 € p.P.

TERMINE

Aktuelle Termine finden Sie auf gs1.de/cmbasic

<u>ব</u> চ

SPRACHE

Dieses Seminar wird auch in englischer Sprache angeboten. gs1.de/cm-en



Bereit, Ihre Begeisterung zu steigern? Finden Sie weitere Informationen auf gs1.de/cm-basic und melden Sie sich an. LEHRGANG ZERTIFIZIERTER GS1 CATEGORY MANAGER®

Weil sich auch Begeisterung noch ausbauen lässt: unser Herzstück.



Wie wird aus einer guten Kundenbeziehung die große Shopperliebe? Antworten auf die Frage aller Fragen findet das Category Management. Dabei geht es um kundenorientierte Sortimentsausrichtung und Flächenoptimierung, um den Bedürfnissen der Shopper bestmöglich gerecht zu werden. Vor allem gilt es, den Käufer zu verstehen und herauszufinden, welche Produkte er bevorzugt zusammen kauft, um diese auch möglichst zusammen zu präsentieren.

Doch wie wird man eigentlich Category Manager? Viele Wege führen ins Herz Ihrer Shopper – wir kennen die optimale Route:

In unserem exklusiven Lehrgang zum Zertifizierten GS1 Category Manager® Iernen Sie an neun Seminartagen berufsbegleitend alle Grundlagen des Category Managements kennen. Anschließend können Sie Ihre Fähigkeiten in der Praxis anwenden und Category Management Projekte in Ihrem Unternehmen selbstständig planen, leiten und durchführen.

Bereit, die Begeisterung auszubauen?Finden Sie weitere Informationen auf

gs1.de/cm-lehrgang und melden Sie sich an.



ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Handels-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen der Bereiche: Category Management // Marketing // Vertrieb // Einkauf // Supply Chain Management // Prozessoptimierung // Efficient Consumer Response (ECR)

★ LERNZIELE

Wie werden Kategorie-Ziele definiert und überprüft? // Nach welchen Kriterien werden Artikel ein- oder ausgelistet? // Wie sieht das optimale Regal aus Kundensicht aus? // Wie setzt eine Filiale Category Management erfolgreich um? // Wie gelingt eine gute Kooperation zwischen Handel und Industrie?

INHALT

Kooperation zwischen Handel und Industrie // 8-Schritte-Category
Management-Prozess // Datenquellen,
Analysemethoden und Tools // Potenzialermittlung // Kategorien aus Sicht des
Shoppers // Kategorie Definition,
Bewertung und Umsetzung sowie
Strategie- und Maßnahmenentwicklung //
Fachvorträge externer Category
Management-Experten

DAUER 9 Tage

ORT

Blended
Learning,
Online- oder
Präsenztraining
(GS1 Germany
Knowledge
Center, Köln)

PREIS

6.995 € p.P.

TERMINE

Aktuelle Termine finden Sie auf gs1.de/ cm-lehrgang

SPRACHE

Dieses Seminar wird auch in englischer Sprache angeboten. gs1.de/cm-en

LEHRGANG ZERTIFIZIERTER GS1 CATEGORY MANAGER® NON-FOOD

Weil Shopperliebe nicht nur durch den Magen geht.



Category Management ist ein zunehmend an Bedeutung gewinnendes Marketing-Tool, das am Ende eine Win-win-win-Situation für Händler, Hersteller und Shopper schafft. Und zwar ganz egal, ob es dabei um Food – oder aber um Fashion, Apotheken, Haushaltswaren oder Electronics geht. Category Management sorgt branchenunabhängig für eine optimale Sortimentspolitik und Warengruppenstruktur.

Wir helfen Ihnen dabei, Category Management Strategien branchenunabhängig am Point of Sale umzusetzen:

In dem exklusiv von uns angebotenen Lehrgang zum Zertifizierten GS1 Category Manager® Non-Food erhalten Sie an neun Seminartagen umfassendes Wissen rund um das Thema Category Management – mit besonderem Fokus auf die speziellen Herausforderungen von Non-Food Kategorien. Ganz pragmatisch und so, dass Sie es für Ihre Branche anwenden können.



ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Handels-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, die sich in folgenden Bereichen mit Non-Food Kategorien und/oder Produkten beschäftigen: Category Management // Marketing // Vertrieb // Einkauf // Supply Chain Management // Prozessoptimierung // Efficient Consumer Response (ECR)

LERNZIELE

Wie gehe ich mit fehlenden Daten um? //
Wie kann ich selbst Quellen und Insights
generieren? // Wie allokiere ich meine
Ressourcen sinnvoll und shopperorientiert? //
Nach welchen Kriterien werden Artikel einoder ausgelistet? // Wie sieht das optimale
Regal aus Kundensicht aus? // Wie gelingt
eine gute Kooperation zwischen Handel und
Industrie?

INHALT

Kooperation zwischen Handel und Industrie // 8-Schritte-Category Management-Prozess // Datenquellen, Analysemethoden und Tools // Potenzialermittlung // Kategorien aus Sicht des Shoppers // Kategorie Definition, Bewertung und Umsetzung sowie Strategie- und Maßnahmenentwicklung // Fachvorträge externer Category Management-Experten

DAUER 9 Tage

ORT

Blended Learning, Online- oder Präsenztraining (GS1 Germany Knowledge Center, Köln)

PREIS 6.995 € p.P.

TERMINE

Aktuelle
Termine
finden Sie auf
gs1.de/cmlehrgang-nonfood



Sind Sie dem Shopper bereits auf der Spur?

Finden Sie weitere Informationen auf gs1.de/cm-lehrgang-nonfood und melden Sie sich an.

SEMINAR ONLINE CATEGORY MANAGEMENT BASICS

Shopperliebe 2.0

Sofort, immer, überall: Für das perfekte Einkaufserlebnis stellt der Shopper hohe Ansprüche an den digitalen Verkaufskanal. Nur – wie wird man all dem gerecht? Mit einem intelligenten Online Category Management-Konzept zum Beispiel. Doch das lässt sich nicht von heute auf morgen umsetzen – und schon gar nicht von alleine.

Wir helfen Ihnen dabei, das Herz Ihrer Shopper auch auf digitalem Wege höher schlagen zu lassen:

In unserem Seminar liefern wir Ihnen in vier praxisnahen Modulen grundlegendes Wissen, um Ihr Onlinegeschäft strategisch und langfristig auf den modernen Shopper auszurichten – und ganz nebenbei Ihre eigenen Prozesse zu optimieren.





ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Handels-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen der Bereiche: ECR // Category Management // Trade Marketing // Marketing // Produktmanagement // Einkauf // Vertrieb // Key Account Management



LERNZIELE

Welches sind die Erfolgsfaktoren zur Umsetzung von Online Category Management in verschiedenen Unternehmen? // Welche Bedeutung hat das Onlinegeschäft für den Shopper? // Welche strategischen und taktischen Entscheidungen sollten getroffen werden? // Wie verhält sich der Shopper im E-Commerce? // Wo liegen die Unterschiede zwischen stationärem- und Onlinehandel?



INHALT

Omni-Channel Retailing // Stationärer Handel vs. E-Commerce // Grundlagenwissen Category Management allgemein // Bedürfnisse des Online-Shoppers // Potenzial für Online Category Management im gesamten Unternehmenskontext // Mobile Trends und Lösungen // 8-Schritte-Category Management-Prozesses



DAUER

2 Tage

ORT

Blended Learning, Online- oder Präsenztraining (GS1 Germany Knowledge Center, Köln)



PREIS

1.195 € p.P.



TERMINE

Aktuelle Termine finden Sie auf gs1.de/cmonline



Liebe, die weiter reicht.

Finden Sie weitere Informationen auf gs1.de/cm-online und melden Sie sich an.

LEHRGANG ZERTIFIZIERTER GS1 ONLINE CATEGORY MANAGER®

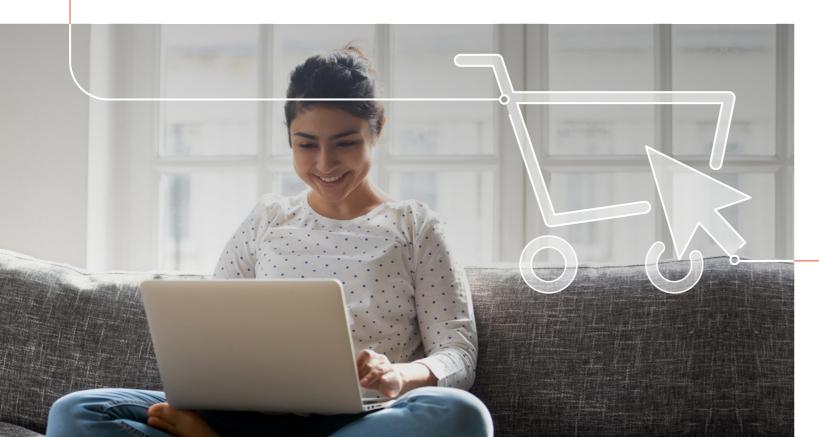
Wenn aus einer Online-Bekanntschaft die große Liebe wird.



Digitale Expertise ist im Handel gefragter denn je. Alle gucken auf die Digital Natives – was fehlt, sind Digital Leader, die mit ihrem Category Management-Wissen auch den Anforderungen der Shopper im E-Commerce gerecht werden. Denn auch abseits des stationären Handels geht es darum, die Käufer zu verstehen und seine Sortimentspolitik entsprechend auszurichten.

Wer das Herz seiner Shopper auch online im Sturm erobern will, sollte den nächsten Schritt wagen – wir spielen Amor für Sie:

In unserem exklusiven Lehrgang zum Zertifizierten GS1 Online Category Manager® lernen Sie in neun Tagen die Unterschiede des stationären und des Onlinehandels kennen. Außerdem veranschaulichen wir, wie Sie den 8-Schritte-Prozess auch im E-Commerce erfolgreich umsetzen. Anschließend können Sie Category Management selbstständig im E-Commerce und Omni-Channel-Retailing anwenden.



ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Handels-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen der Bereiche: Category Management // Marketing // Vertrieb // Einkauf // Business Development

LERNZIELE

Wie lässt sich der 8-Schritte Category
Management-Prozess auf digitale Kanäle
übertragen? // An welchen Schnittstellen
sollte ein Online Category Manager
agieren? // Wie lassen sich Sortimente,
Platzierungen und Promotions optimieren?
// Welche Rolle spielt Onlinemarketing? //
Wie verhält sich der Shopper im
E-Commerce?

INHALT

Omni-Channel Retailing // Shopper-verhalten im E-Commerce // Rahmen-bedingungen für erfolgreiches Online Category Management // Anwendungen des 8-Schritte-Category Management-Prozesses im E-Commerce // Grundlagen des Online-Marketings // Fachvorträge externer E-Commerce Experten

DAUER 9 Tage

ORT

Blended
Learning,
Online- oder
Präsenztraining
(GS1 Germany
Knowledge
Center, Köln)

F

PREIS 6.995 € p.P.

TERMINE

Aktuelle Termine finden Sie auf gs1.de/ ocm-lehrgang



Sie sind bereit für die große Liebe?

Finden Sie weitere Informationen auf gs1.de/ocm-lehrgang und melden Sie sich an.

SEMINAR SHOPPER INSIGHTS BASICS

Die Welt mit den Augen Ihrer Shopper sehen.

Ihren Kunden jeden Wunsch von den Augen ablesen? Das geht. Nun ja, fast. Von Eye-Tracking über Kundenlaufstudien bis hin zu begleiteten Einkäufen: Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, Ihnen einen Einblick in die Shoppingwelt Ihrer Kunden zu gewähren und Ihre Käufer dadurch besser zu verstehen.

Shopper Insights sind der zentrale Schlüssel zum Herzen Ihrer Shopper – wir helfen dabei, sie zu finden und richtig zu lesen:

In unserem Seminar Iernen Sie die aktuellen Methoden, Technologien und Erkenntnisse zur Gewinnung von Shopper Insights kennen. Anschließend können Sie beurteilen, welcher Research-Methoden-Mix für Ihr Unternehmen am besten geeignet ist, damit Sie Ihre Shopper noch besser kennenlernen. Darüber hinaus Iernen Sie spezifische Forschungsfragen für Ihr Unternehmen und Ihre Warengruppen zu formulieren.





ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Handels-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen der Bereiche: ECR // Category Management // Trade Marketing // Marketing // Produktmanagement // Einkauf // Vertrieb // Key Account Management



LERNZIELE

Bedeutung und Nutzen von Shopper Insights als Basis für den Erfolg beim Kunden: Überblick über die wichtigen Shopper Insights Methoden // Blick in die Praxis über Beispiele // Der Shopper Insights Prozess- kritische Aspekte des Agenturbriefings // Forschungsfragen für die eigenen Unternehmenspraxis entwickeln und bewerten



INHALT

Überblick: aktuelle Methoden zur Gewinnung von Shopper Insights // Erfolgsfaktoren für die Umsetzung von Shopper Insights // Fallbeispiele aus vielen unterschiedlichen Warengruppen // Praktische Übungen // Budgetnutzung und Agenturbriefing



DAUER

2 Tage

ORT

Blended Learning, Online- oder Präsenztraining (GS1 Germany Knowledge Center, Köln)



PREIS

1.195 € p.P.



TERMINE

Aktuelle Termine finden Sie auf gs1.de/ shopperinsights



Wollen auch Sie die Welt mit den Augen Ihrer Shopper sehen?

Finden Sie weitere Informationen auf gs1.de/shopper-insights und melden Sie sich an.

SEMINAR TOUCHPOINT MANAGEMENT BASICS

Für leidenschaftliche Richtungsweiser.

Wie das manchmal so ist, wenn zwei gut zusammenpassen: Es braucht hier und da einen guten Richtungsweiser, um den Shopper zu seinem Lieblingsprodukt zu führen. Effektives Touchpoint Management identifiziert die relevanten Berührungspunkte zwischen Shopper und Unternehmen entlang der Customer Journey. Dabei hat sich die Art und Weise der Kundenansprache und vor allem die Anzahl möglicher Touchpoints in den letzten Jahren stark verändert. Was bewegt einen Kunden dazu, ein Produkt zu kaufen und mit welchen Touchpoints kommt er vorher in Berührung? Und vor allem: Wie findet man all das heraus? Eigentlich nur eine Frage der Perspektive – und der richtigen Tools.

Wir helfen dabei, zusammenzubringen, was zusammengehört:

In unserem Inhouse Seminar erhalten Sie Einblick in die Analyse der Touchpoints entlang der Shopper Journey – damit Sie wissen, worauf es beim modernen Touchpoint Management ankommt.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter aus Handels-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen der Bereiche: ECR // Category Management // Trade Marketing // MarketingProduktmanagement // Einkauf // Vertrieb // Key Account Management

LERNZIELE

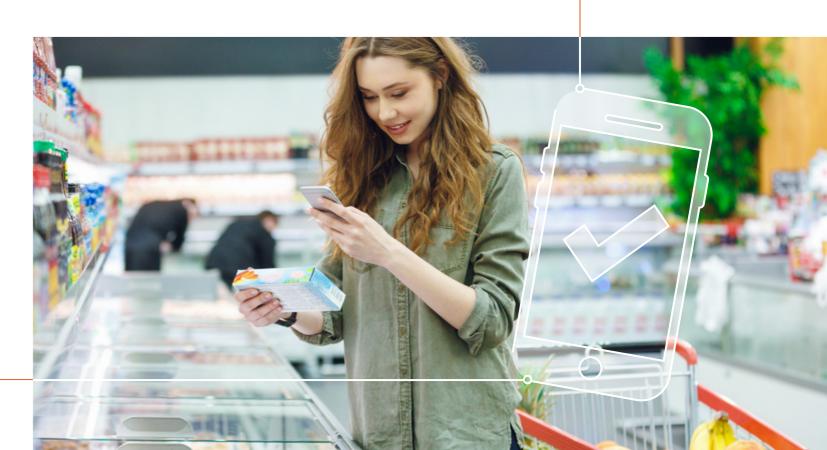
Wo liegen die Potenziale des Touchpoint Managements? // Welche Touchpoints gibt es und wie lässt sich der Shopper dabei beeinflussen? // Welche Relevanz haben Shopper Insights und Typen? // Wie finden Shoppersegmentierung, Shopping Missions und Occasions in der Praxis Anwendung? // Wie geht der Touchpoint Management Prozess vonstatten?

✓ INHALT

Hintergründe, Entwicklungen und Herausforderungen des Touchpoint Managements // Shopper Centricity // Einführung zu Shopper Insights und Shoppersegmentierung // Touchpoint Management-Prozess // Shopper Experience Management DAUER 2 Tage

ORT Inhouse

PREIS auf Anfrage



INHOUSE-TRAININGS

Falls Sie auf der Suche nach maßgeschneiderter **Expertise sind.**

Damit Ihre Shopper Sie lieben, hören wir uns Ihre Erwartungen und Bedürfnisse sehr genau an und finden dafür die passenden Lösungen. Wir schneiden individuelle Angebote und Maßnahmen auf Ihre Anforderungen und Bedürfnisse zu.

Wir finden mit Ihnen gemeinsam heraus, welche Unterstützung Sie benötigen, um Ihre Potenziale zu realisieren.

Was sind Ihre Lern- und Projektziele? Wie sieht Ihre Zielgruppe aus? Was sind die speziellen Merkmale Ihrer Branche und Ihres Vertriebskanals? Gibt es weitere Besonderheiten? Wir passen Timings, Sprachen und Schwerpunkte an, damit das Ergebnis Ihren Erwartungen entspricht. Sprechen Sie uns an und lassen Sie uns gemeinsam die ideale Lösung finden!

Wir liefern Ihnen Fallbeispiele und Insights, die die Shopper Experience aus Sicht des Shoppers beleuchten und mit denen Sie in Ihrem eigenen Unternehmen die Richtung vorgeben können.

IN DREI SCHRITTEN ZU IHREM INDIVIDUELLEN ANGEBOT:

3. Wir besprechen Wir erstellen Nehmen Sie mit uns gemeinsam Ihre ein individuelles Kontakt auf. Weiterbildungs-Angebot für Ihre und Lernziele. Bedürfnisse.

Ihre Shopperliebe kennt keine Grenzen - wir auch nicht.

Daher führen wir unsere Inhouse-Trainings auch auf dem internationalen Parkett durch und begleiten unsere internationalen Kunden in mehr als 15 Ländern innerhalb sowie außerhalb Europas. Dabei sprechen wir mehr als nur deutsch:













IHRE ANSPRECHPARTNERIN:

Agnes Garve Teilnehmermanagement **T** +49 221 94714-541 E agnes.garve@gs1.de





BERATUNG

Vertrauen entsteht, wenn man den anderen versteht.

Bei Ihren Projekten und Prozessen unterstützen wir Sie mit unserem Know-how und unserer Erfahrung. Wir greifen Ihnen unter die Arme und begleiten Sie, damit es nicht bei der Theorie bleibt, sondern Ihre Projekte auch umgesetzt werden. Aus der Praxis für die Praxis und den Shopper zu jeder Zeit fest im Fokus!

Wir beraten Sie neutral und unabhängig, egal ob für eine Kategorie oder den Total Store. Gemeinsam steigern wir die Zufriedenheit Ihrer Kunden und schaffen Einkaufserlebnisse. Ihre Shopper kommen wieder und werden zu echten Fans.

Wir legen mit Ihnen gemeinsam den Grundstein für ein erfolgreiches Category Management – vom Aufbau der Organisation über die Beschaffung, Generierung und Analyse von Shopper Insights und -Daten bis hin zur Ableitung und Umsetzung Ihrer Category Vision und Story.

Wenn das für Sie bereits zum Daily Business gehört, gehen wir mit Ihnen den nächsten Schritt. Vor welchen Herausforderungen stehen Sie? Total Store? Online Category Management? Komplizierte Prozesse? Shopper-Fluktuation? Lassen Sie uns gemeinsam Lösungen entwickeln, Maßnahmen umsetzen und Erfolge feiern!



IHRE ANSPRECHPARTNERIN:

Birgit Schröder Lead Shopper Experience T +49 163 6878489 E birgit.schroeder@gs1.de



CATEGORY MANAGEMENT BERATUNG

Entdecken und realisieren Sie Ihre Kategorie-Potenziale.

Shopperliebe entsteht durch eine vertrauensvolle Beziehung zu Ihrem Shopper. Zeigen Sie Ihren Shoppern, dass Sie sie verstehen. Mit dem Angebot der passenden Sortimente, kurzen Suchzeiten, abgestimmten Platzierungen und einer emotional gestalteten Atmosphäre, in der sich Ihre Shopper zuhause fühlen. Beziehungen fördern, zwischen Ihnen und Ihren Shoppern sowie zwischen Handel und Industrie – das ist unsere Mission. Benötigen Sie Hilfe in der Projektsteuerung oder bei der Koordination verschiedener Partner? Unsere Stärke liegt in der Kommunikation zwischen Industrie und Handel. Wir begleiten Sie bei der Planung und Durchführung von Category Management-Projekten. Unabhängig und neutral.

ZIELE:

Ganzheitliche Optimierung einer definierten Kategorie // Heben vorhandener Umsatz- und Ertragspotenziale // Erarbeitung von Sortiments- und Platzierungsbausteinen zur Steigerung der Shopper-Zufriedenheit // Prüfung und Optimierung der Kategorie hinsichtlich Emotionalisierung und Inszenierung // Umbau von Testmärkten // Roll-out des Category Management-Konzeptes nach erfolgreicher Testphase über die gesamte Vertriebsschiene

Sie wollen wissen, wie Category Management Sie zum Liebling Ihrer Shopper macht? Hier gehts zu unserem Erklärfilm.



FÜR HÄNDLER:

Wir geben Ihnen in bilateralen oder auch Multipartnerprojekten die Sicherheit, dass dieses nach dem Category Management Standard erfolgt. Hierzu nehmen wir Ihnen beispielsweise das Projektmanagement und die kartellrechtliche Überwachung ab. Wir konsolidieren und prüfen Sortiments- und Platzierungsempfehlungen der Hersteller auf Ihren Wunsch und begleiten Markttests sowie die Umsetzung mit Ihren Mitarbeitern vor Ort.

FÜR HERSTELLER:

Manchmal lohnt es sich, den gesamten Warenbereich zu optimieren. Das bedeutet häufig, dass neben Ihnen weitere Hersteller am Category Management-Prozess beteiligt sind und mit einem Handelspartner zusammenarbeiten. Wir übernehmen von der Projektinitiierung bis zur Umsetzung am Regal, so dass Sie sicher sein können, das Bestmögliche für Ihre Shopper, Ihren Handelspartner und Sie als Hersteller herausgeholt zu haben: In diesem Fall sprechen wir von einer Win-win-Situation.



TOTAL STORE BERATUNG

Das große Ganze verstehen und voran bringen.

Sie möchten Ihre Shopperliebe krönen? Entdecken Sie die Potenziale einer komplett auf die Bedürfnisse Ihres Shoppers ausgerichteten Ladengestaltung. Gemeinsam mit Ihnen und Ihren Category-Partnern ermitteln wir Laufwege, Kategorienachbarschaften und optimale Sortimente. Für eine Wohlfühlatmosphäre und eine langfristig erfolgreiche Beziehung zu Ihren Shoppern.

Bei einem Total Store Projekt werden die Kategorien nicht nur einzeln und auf bestehender Fläche optimiert, sondern es erfolgt eine ganzheitliche, kategorieübergreifende Optimierung der Einkaufsstätte. Wie unsere Unterstützung bei der Total Store Optimierung aussehen kann, zeigen wir Ihnen gerne auf – vom Scoping bis zur Umsetzung. Kommen Sie auf uns zu und lassen Sie uns in den Austausch gehen.

ZIELE:

Erhöhung der Kundenzufriedenheit // Langfristige Kundenbindung // Gewinnung neuer Kunden für die Einkaufsstätte // Differenzierung vom Wettbewerb // Umsatzwachstum



Wie der Point of Sale zum Lieblingort wird? Unser Total Store Whitepaper steht Ihnen zum Download bereit.



DIE ZEHN DIMENSIONEN EINES TOTAL STORE PROJEKTES



ORGANISATIONS- UND PROZESSBERATUNG

Die richtige Aufstellung für Ihren Erfolg.

Werden Sie ein Unternehmen, das den Shopper in den Mittelpunkt stellt. Im Category Management benötigt man shopperorientiertes Denken und Handeln über alle Funktionen und Prozesse im Unternehmen hinweg.

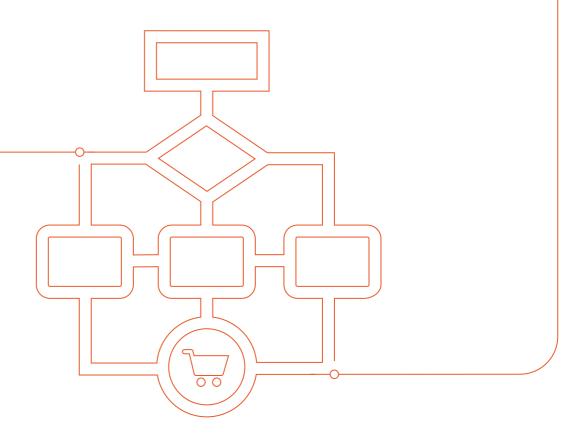
Schaffen sie gemeinsam mit uns die internen Voraussetzungen. Unabhängig und neutral gestalten wir mit Ihnen eine Organisation, die in allen Funktionen – von Geschäftsführung über Marketing, Vertrieb, Einkauf und Category Management bis zum Außendienst oder Marktpersonal – den Shopper in den Mittelpunkt stellt. Damit Sie fokussiert und stringent handeln können.

Wir beraten Sie individuell bei der Optimierung Ihrer Organisationsstruktur sowie der Arbeitsprozesse im Category Management.

ZIELE:

Aufbau einer neuen oder Optimierung der bestehenden Catgegory Management-Organisationsstruktur // Aufbau von neuen oder Optimierung von bestehenden Category Management-Prozessen // ggf. Perspektivwechsel und Kulturwandel // Begleitung und Unterstützung im Change Management







SERVICES

Egal vor welcher **Heraus- forderung** Sie stehen – wir packen gerne mit an.

BEGLEITUNG SHOPPER-STUDIE

Shopperliebe benötigt ein tiefes Shopperverständnis auf Basis von Shopper Insights. Wir unterstützen Sie bei der Erarbeitung und Formulierung der richtigen Fragestellungen, der Beauftragung von Shopper-Studien und der Übertragung der Ergebnisse in Ihr Tagesgeschäft.

ERSTELLUNG VON CATEGORY STORIES

Beraten Sie Ihre Partner neutral und auf der Basis von fundierten Shopper Insights. Wir erarbeiten mit Ihnen einen shopperorientierten Ansatz zur Weiterentwicklung Ihrer Kategorie – immer mit dem Ziel, Umsatz- und Absatzwachstum zu generieren. Von Insights zu Actions.

INTERIMSMANAGEMENT

Sollten Sie einmal temporäre Unterstützung im Category Management-Tagesgeschäft benötigen, springen wir gerne ein und werden vorübergehend Teil Ihres Teams.

FÜHRUNGEN SHOPPER EXPERIENCE

Sie benötigen noch mehr Inspiration für eine zukunftsorientierte Ladengestaltung? Erfahren Sie während einer Führung durch unsere Shopper Experience im GS1 Knowledge Center in Köln, welche Technologien es gibt und welche sich in Zukunft durchsetzen werden.

EXPERTEN-VORTRÄGE AUF VERANSTALTUNGEN UND KONGRESSEN

Gerne berichten wir von erfolgsgekrönten Shopperbeziehungen und wie Sie mit Liebe zum Shopper erfolgreicher sein können.



IHRE ANSPRECHPARTNERIN:

Birgit Schröder Lead Shopper Experience T +49 163 6878489 E birgit.schroeder@gs1.de



STUDIEN & INSIGHTS

Wissen ist Macht.

UNSERE STUDIEN UND PUBLIKATIONEN:

Mit unseren Studien, Insights, Whitepapern und Anwendungsempfehlungen erweitern und stärken wir Ihr Wissen.



Whitepaper Total Store



Studien und **Publikationen** stehen Ihnen zum Download

Total Store Studie (2019)

Digitalisierung des POS (2018)

CM-Monitor (2018 und 2015)

Category Management im Omni-Channel Retailing (2018)



IHR ANSPRECHPARTNER:

Christian Eisenberg Senior Manager Shopper Experience **T** +49 175 4329100 E christian.eisenberg@gs1.de

Experten© Unser Team für Ihre Shopper Experience.





Birgit Schröder



fia erby



Corinna Asselborn



Eisenberg



Engels



Esser



Tobias Feldkamp



Agnes



Miriam Geppert



Tomas Hauke



Angelika Hense



Schupbach



Jennifer Mever



ja trop



Thomas Pelz



mp



eitz



Christina Scholz



Bewerbung!



















GS1 Germany GmbH

Birgit Schröder Maarweg 133 50825 Köln

T +49 163 6878489

E birgit.schroeder@gs1.de