

# BAM – die POS Spezialisten

## Teil 2 der Serie: Mehr Erfolg durch gezieltes Marketing.

Wer im Handel mehr Umsatz generieren möchte, muss den Kunden mehr bieten als nur Marke, Preis, Auswahl und Service. Die BAM Werbeagentur empfiehlt, stärker auf das „Bauchgefühl“ der Kunden ab-zuzielen. Schließlich werden ca. 80 Prozent der Kaufentscheidungen am Verkaufsort getroffen.



Beispiel Entwicklung Wegeleitsystem

Händler müssen eine emotionale Ansprache schaffen. Die Gestaltung des Verkaufsraums sollte durch Licht, Farben und Musik eine ansprechende Atmosphäre erzeugen. Auch die Platzierung der Produkte spielt eine entscheidende Rolle. Strategisch positionierte Displays und ansprechende Präsentationen können die Kaufentscheidung positiv beeinflussen.

## 80 Prozent der Kaufentscheidungen fallen am POS

Interaktive Elemente wie Touchscreens und Augmented Reality können das POS-Erleb-

nis bereichern. So können Kunden Produkte virtuell testen und zusätzliche Informationen abrufen. Bei Verkaufsflächen mit niedriger Personaldecke ein Vorteil für den Konsumenten. Eine gut durchdachte POS-Strategie berücksichtigt auch saisonale Trends und aktuelle Marketingkampagnen, um das Einkaufserlebnis immer wieder neu zu gestalten und relevant zu halten.

## Kunde im Mittelpunkt der POS Konzeptionen

Die POS-Konzepte der BAM berücksichtigen die Kundengewohnheiten aus dem online Einkauf wie beispielsweise Konfigurationsmöglichkeiten und kontaktloses Bezahlen. Kunden wollen zielorientiert einkaufen und nicht auf der Verkaufsfläche umherirren. Wayfinding ist daher ein wichtiger Punkt, wenn es um Einkaufsbegeisterung geht. Dazu gehört nicht nur die Beschilderung, sondern auch das Pricing. Durch Visualisierung von Preissignalen können aus Sicht der BAM Kundenströme durch den Verkaufsraum gelenkt werden. Wichtig für das Preisverständnis ist die Darstellung der Kundenvorteile. Wenn der Kunde versteht, was er von einem Produkt hat, ist er eher bereit, es zu kaufen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Nutzung von Daten und Analysen, um das Kundenverhalten zu verstehen und das POS-Marketing anzupassen. Durch die Analyse von Verkaufsdaten, Kundenfeedback und anderen relevanten Informationen können Händler ihre Strategien kontinuierlich optimieren und gezielt auf die Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen. „Wir analysieren die Zahlen, Daten und Fakten und gleichen das Konzept dahingehend an“ sagt Peter Altmann einer der Geschäftsführer.

Kontaktieren Sie uns, um Ihre POS-Marketing-Strategie zu optimieren und Ihre Kunden zu begeistern.



zur BAM-Homepage

## BAM GmbH Werbeagentur

Bahnhofstraße 10  
86842 Türkheim  
Telefon 08261 2105201  
info@bam-werbeagentur.de  
www.bam-werbeagentur.de

BILDER: ORIGINALBILD ADOBE STOCK/BEARBEITET  
VON BAM WERBEAGENTUR



Beispiel Entwicklung neuer Markenauftritt