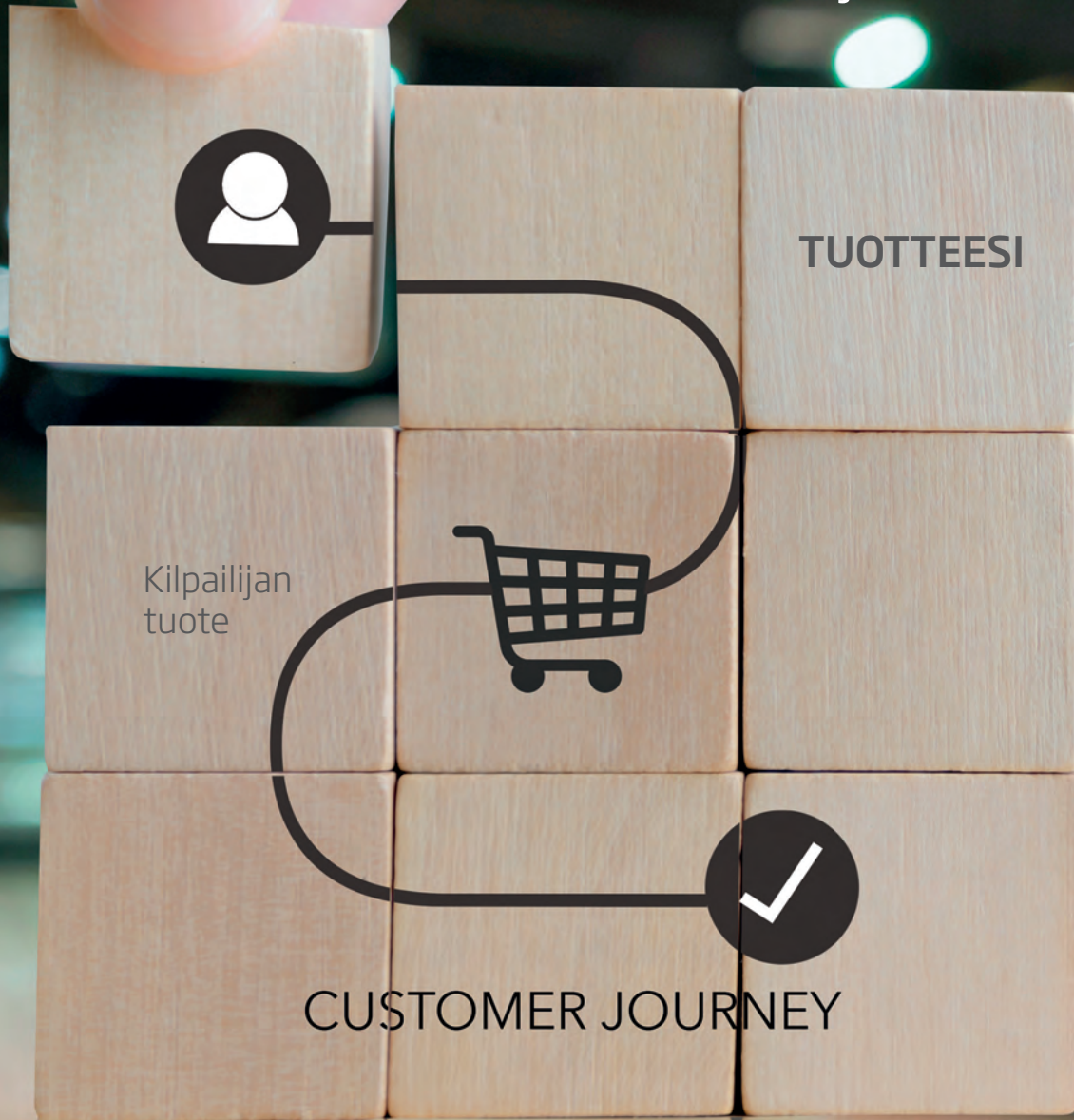


# IDEOITA MYNNINEDISTÄMISEEN KOKO VUODELLE



# KULUTTAJIEN TOIMINTA



CUSTOMER JOURNEY



## MITEN KIINNITTÄÄ ASIAKKAIDEN HUOMIO

Taistelu päivittäistavara-kaupassa asiakkaiden huomiosta on jatkuvaa. Kuluttajien ostokäyttäytymiseen vaikuttaa ympäröivä maailma ja sen vaikutus kuluttajan talouteen. Kuluttajien uudet tavat toimia tarkoittavat, että brändien tulee tehdä yhä enemmän työtä herättääkseen kuluttajan huomion myymälässä. Muuten brändit voivat hävitä taistelun nopeasti uusille haastajille ja myyntikanaville – mukaan lukien kaupan omille merkeille.

Myyntitelineet ja muut myymälän POS-ratkaisut ovat keinoja mahdollistaa kuluttajien huomion kiinnittäminen ja edistää tuotteiden päätymistä ostoskoriin. Jos hyödynnät jo myymälämarkkinointia, jonka avulla kiinnität kuluttajan huomion tuotteeseesi, olet oikealla tiellä. On todennettu, että tehokkaat myyntitelineet ja muut myymälämarkkinoinnin ratkaisut voivat edistää myynnin kasvua jopa 24 %\*, ja vahvistaa tuotteen brändiä.

Me DS Smithillä olemme tehokkaiden ratkaisujen kehittämisen asiantuntijoita myös myyntitelineiden osa-alueella. Suunnittelemamme ja valmistamamme myyntitelineet huomioivat kestävä kehityksen. Tämän esitteen avulla haluamme esitellä erilaisia ratkaisuja, joiden avulla tuotteiden myyntiä voi edistää vähittäis-kaupoissa ympäri vuoden.



# PÄÄSIÄINEN

## PÄÄSIÄINEN

Pääsiäinen on ajanjakso, jolloin kotitalouksiin ostetaan arkisten aterioiden rinnalle juhlavampaa ruokaa ja monenlaisia herkkuja. Se tarkoittaa sitä, että kuluttaja etsii kaupoista erilaisia tuotteita, mitä arjessaan käyttää.

Myyntiteline voidaan rakentaa juuri tuotteelle ja tiettyyn ympäristöön sopivaksi. Se voi olla viestinviejä ja tunnelman luoja.

i  
Voidaan valmistaa pyörillä tai ilman. Mahdollisuus muuttaa painatusta, joten ratkaisua voidaan käyttää useisiin eri tilaisuuksiin.



# PUUTARHAKAUSI



Pyöreät muodot koetaan ystävällisiksi. Niiden avulla erotut kilpailijoista ja kiinnität huomioita.

Puutarhakauden ei tarvitse rajoittua vain kesään, sillä sen voidaan katsoa sisältävän monenlaisia kategorioita ulkopuutarhasta kasvihuoneisiin ja sisäkasveihin. Lukuisat puutarhaliikkeet, kodintarvikeliikkeet ja rautakaupat palvelevat ympäri maan. Ne tarjoavat brändeille mahdollisuuksia olla esillä monella eri tavalla.

# ÄITIENPÄIVÄ



# ISÄNPÄIVÄ

Äitienpäivästä ja isänpäivästä on molemmista tullut vuosien mittaan yksi kaupallisista juhlapäivistämme.

Päiviä vietetään eri maissa eri vuodenaikoina, mutta yhteistä länsimaiselle tavalle juhlistaa äitejä ja isiä on lahjojen antaminen.

Molemmat päivät ovat täydellisiä tilaisuuksia vangita kuluttajien huomio näyttävällä, erilaisiin myyntipisteisiin ja erilaisille tuotteille soveltuvilla myyntitelineillä.



Myyntitelineet toimivat eri teemoihin ja tilanteisiin suunniteltuina ja niiden avulla voi herättää huomioita ja luoda "WOW"-efektin.

# GRILLIKAUSI

## GRILLIKAUSI

Kesän grillikaudella on aika kokeilla uusia ruokia ja juomia, ja hakea ideoita grillaukseen.

Grillikaudella on hyvä hetki kiinnittää POS-materiaalin avulla kuluttajien huomio tilanteeseen soveltuviin ruokiin ja juomiin, mutta myös grillauksessa tarvittaviin välineisiin.

Ehkäpä myös kattaukseen ja ulkona aterioimiseen liittyvät tuotteet kaipaavat lisähuomioita?

Kolmiulotteinen teline kiinnittää kuluttajan huomion kaupassa.



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN



# KONSERTIT JA FESTIVAALIT

Kevät ja kesä ovat ulkoilmakonserttien ja festivaalien sesonkiaikaa, ja syksyn tullen kuluttajat siirtyvät taas sisätiloihin nauttimaan kulttuurista.

Nämä tilaisuudet ovat loistava mahdollisuus esitellä tuotteita houkuttelevalla tavalla, ja edistää niiden menekkiä.



# KOULUJEN PÄÄTTÄJÄISET



## Opiskelijoiden valmistuminen ja kesän alku

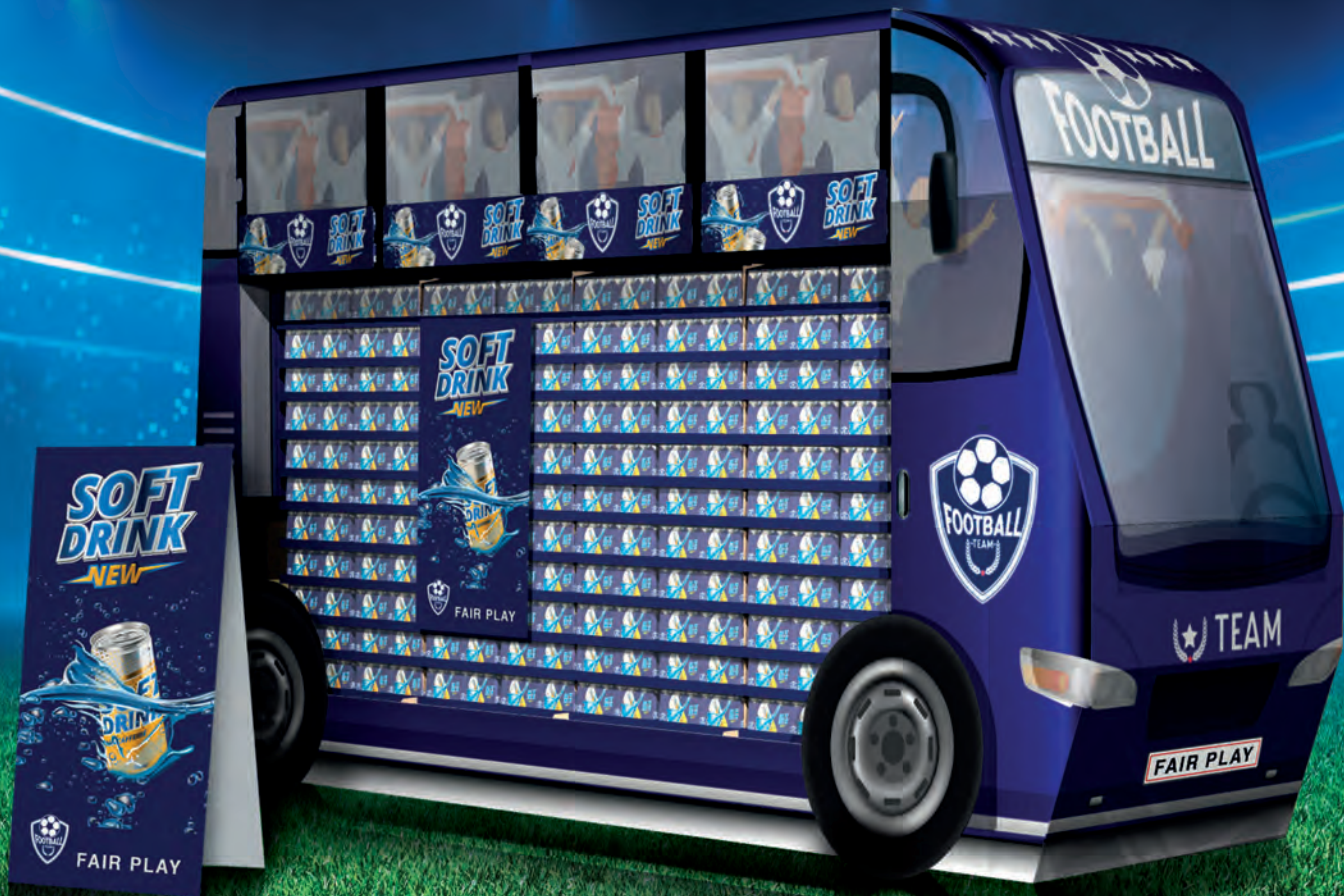
Koulujen päättyminen ja valmistujaiset ovat erinomainen syy juhliä. Tässä esimerkissä olemme luoneet pakettiauton myynninedistämiseksi. Se koostuu neljästä osasta kattaen niin lavat kuin ulkovaipan, joka on tietysti kierrätettävästä aaltopahvista. Ratkaisu mahdollistaa tuotteen näkymisen displayn molemmilta puolilta ja sen kokoa voidaan skaalata.

# TAKAISIN KOULUUN!



Tässä esimerkissä on innovatiivinen muotoilu, jossa teline on kahdelta puolelta lähestyttävissä. Ratkaisu on skaalattavissa eri kokoihin ja luonnollisesti visuaalinen ilme voi olla juuri brändisi näköinen. Osat voidaan yhdistää toisiinsa näyttävästi porttiratkaisulla ja luoda siten myymälään omanlaisensa tunnelma.

# URHEILU



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN

## URHEILUTAPAHTUMAT



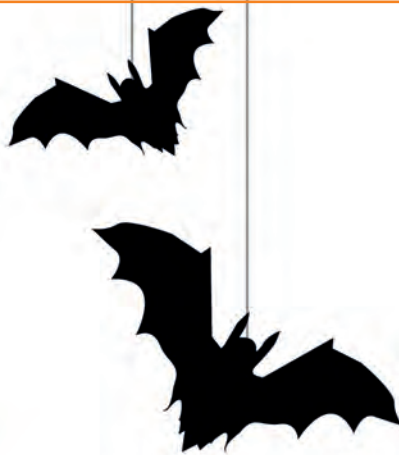
Vuoden ajalle mahtuu paljon urheilutapahtumia kuten jääkiekon MM-kisat tai kotimaiset ja kansainväliset jalkapallo-tapahtumat tai monien muiden lajien urheilutapahtumat, jotka kaikki houkuttelevat eri ikäisiä faneja. Siten on runsaasti mahdollisuuksia hypätä kelkkaan ja luoda katseenvangitsevia myyntitelineitä, jotka vetoavat yleisöön.

i

Tässä esillä  
oleva ratkaisu on  
skaalautuva ja voidaan  
helposti muokata  
tarpeidesi mukaan.



# HALLOWEEN



Tue kampanjaasi  
ja erotu kilpailijoista  
myymälämateriaalin avulla.  
Hyödynnä erilaisten kylttien,  
hyllypuhujien ja lattiatarrojen  
mahdollisuudet.



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN

**BLACK FRIDAY**

**BLACK FRIDAY** **BLACK FRIDAY**

**BLACK FRIDAY**



## BLACK FRIDAY

Black Friday ei ole vain maailman suurin tarjouspäivä. Siitä on tullut kampanja-aika, joka ulottuu pidemmälle ajanjaksolle. Black Friday on ilmiselvä tilaisuus toteuttaa kampanjaratkaisuja, jotka tukevat tuotteiden kysyntää.

# JOULU



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN

*"let it show  
let it show  
let it show"*



# JOULUN PYHÄT



## JOULULOMA

Monille vähittäiskaupassa näkyville brändeille joulu on suuri juhlapäivä. Odotettavissa on paljon ruuhkaa ja hälyä kauppoissa, jolloin tuotteiden näkyvyys ja esillepanoratkaisut ovat merkittävä keino edistää tuotteiden päätymistä kuluttajan ostokoriin.

# UUSIVUOSI

Uusivuosi näkyy kuluttajien ostoskorissa erilaisina valintoina. Se on kiireinen aika kaupassa, jossa brändit taistelevat ruuhkassa luovivien kuluttajien huomiosta.

Kun valinnanvaraa on paljon, on mahdollisuus jäädä huomiotta ilmeinen.

Siksi on tärkeää tulla nähdyksi ja herättää kiinnostusta. Myyntiteline auttaa siinä kummasti!



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN

# TERVEELLINEN TAMMIKUU



Uusi vuosi käynnistyy monella kuluttajalla uudenvuodenlupauksella terveellisemmistä elämäntavoista ja halusta pitää taukoa esimerkiksi alkoholista ja rasvaisista ruuista. Se on ilmiselvä mahdollisuus esimerkiksi hyvinvointiin ja terveyteen keskittyville brändeille tulla huomatuksi päivittäistavara kaupassa näyttävillä myyntitelineillä ja muilla ratkaisuilla.

# YSTÄVÄNPÄIVÄ



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN

Ystävänpäivä tarjoaa loistavan mahdollisuuden esitellä lahjaksi ystäville tai omalle rakkaalle annettavia tuotteita. Tässä esimerkissä on puinen myyntiteline, jossa on erilaiset ylä- ja alakyltit.

# HERKKUHETKI



Tämä on  
skaalautuva ratkaisu,  
joka sopii monenlai-  
siin tarpeisiin.

Tanskalainen Salling Group järjestää vuosittain "Candy Fair" -tapahtuman, jossa herkut on nostettu esiin kauppoihin näyttävissä telineissä. Yrityksellä on korkeat odotukset toimittajensa POS-materiaalille. Tämä luova aaltopahvista valmistettu myyntiteline näyttää, miten kaupassa voi vedota jokaisen ihmisen sisällä asuvaan lapseen luomalla laivan, jossa on hyllyt, masto ja peräsin, ja tietysti merirosvo. Kaikki luonnollisesti aaltopahvista. Idea voi muokata monenlaisille tuotteille ja brändeille.



# KULUTTAJIEN KÄYTTÄYTYMINEN

## Nopeat ja säännölliset ostokset

Huolimatta maailman muutoksista, kuluttajat ovat muuttaneet ostotottumuksiaan hitaasti. Valtaosa käy kaupoissa yhä edelleen, mutta ostokertoihin käytetty aika on lyhentynyt.

**50 %** käy ostoksilla vähintään kolme kertaa viikossa.

**16 %** tekee ostoksia joka päivä.

**66 %** käytti ostoksilla aikaa alle 20 minuuttia.

Tiheät ostoskäynnit yhdistettynä lyhyempään osto aikaan asettaa uusia vaatimuksia kuluttajan huomion kiinnittämiseen myymälässä.



Käytä display- ja POS-ratkaisuja lisäämään brändisi näkyvyyttä. Lattiatarrat, kyltit ja muut navigointia helpottavat keinot voivat myyntitelineiden lisänä auttaa tuotteitasi erottumaan.

## Kestävä kehitys

Kestävä kehitys on kuluttajien mieleen

**81 %** uskoo voivansa vaikuttaa ostosten kautta.

**47 %** sanoo, että on tärkeää, että tuotteet on valmistettu ympäristö- ja ilmastoystävällisellä tavalla.

**60 %** Y-sukupolvesta on valmiita maksamaan enemmän eettisesti tuotetuista tavaroista.

Vallitettavasti sanojen ja tekojen välillä on vielä nähtävissä jonkin verran eroa.



\*Lähde: Retail Institute Scandinavia 2020

# KULUTTAJIEN KÄYTTÄYTYMINEN

Hyödynnä tietoa ihmisten toiminnasta ja ostokäyttäytymisestä suunnittelemalla tehokkaat myymälämarkkinoinnin ratkaisut. Tehosta viestiäsi visuaalisesti ja väreillä.

Kutsu kuluttaja mukaan vuorovaikutukseen esimerkiksi lisäämällä QR-koodi telineisiin tai tuotepakkauksiin. Sen avulla voit kertoa tuotteen ympäristövaikutuksista ja teoista kestävän kehityksen eteen.

## Heräteostokset

Monet kuluttajat toimivat suunnittelemattomasti ja asioivat kaupoissa usein.

He tekevät silloin myös heräteostoksia. Hyödynnä tätä kuluttajatyyppejä ja vaikuta heidän ostopäätöksiinsä tuomalla tuotteesi sinne, missä hekin ovat - myymälän kulkureiteille.



