

Vermarktungstipps zu Käse

Vermarktungs- und Cross-Selling-Tipps zu Käse für Händler und Fachverkäufer an der Theke sowie im SB-Bereich. Die Empfehlungen der Markenartikler.

Emmi

Für den erfolgreichen Verkauf ist es wichtig, den Bedarf des Kunden zu kennen. Kennt das Thekenpersonal die Vorlieben, kann es gezielt Empfehlungen aussprechen. An der Käsetheke ist es wichtig, die Kunden probieren zu lassen. Zudem sollten Händler hochwertige Käsespezialitäten als echte Wertschöpfungsträger in den Fokus rücken. Bewährt hatn sich in der Theke erhöhte Etagere, um hier die „Schätze“ hervorzuheben. Mit der Marke Kaltbach unterstützen wir die Käsetheken auch mit Zugaben. Zur Weihnachtszeit stellen wir unseren Handelspartnern hochwertige Edelstahl-Christbaumanhänger zur Verfügung, die im Prepack-Bereich vorverpackte Stücke bereits optisch zum „kleinen Weihnachtsgeschenk“ machen.

Savencia Deutschland/Bongrain:

Wir empfehlen Händlern, ihren Kunden echten Mehrwert beim Einkaufen und zusätzlichen Service zu bieten. Wir unterstützen sie dabei, indem wir mit unseren Kampagnen den POS zum „Point of Soul“ machen: Wir möchten die Konsumenten am POS inspirieren, ihren Einkauf entschleunigen und zu einem emotionalen Erlebnis machen. Im vierten Quartal legen wir den Fokus auf die festlichen Momente. Im SB-Bereich wird die Themenpromotion u.a. mit aufmerksamkeitsstarken Zweitplatzierungen, eigenen Kühltruhen und Marktständen unterstützt. Für die Theken-Promotion gibt es eine neue Ausgabe des Thekenmagazins „Ich liebe Käse“. Es steht unter dem Motto „Zeit für zauberhafte Momente“ und gibt neben festlichen Rezepten Verkostungsideen und Food-Pairing-Tipps.

Arla

Zum einen sind Wertschöpfungskonzepte, wie zum Beispiel Käseprodukte aus Weidemilch oder Bergbauernmilch, ein Garant für höheren Umsatz. Aber auch eine gut durchdachte Sortimentsvielfalt, die ganz unterschiedliche Zielgruppen anspricht, steigert den Erfolg. Dabei sollten die jeweiligen Bedürfnisse der Verbraucher bedient werden, wie zum Beispiel Verpackungsgrößen für Familien- und Singlehaushalte, aber auch eine Mischung aus Standard-Käsesorten für die alltägliche Verwendung und hochwertigen Käsespezialitäten für den Premiumgenuss.

Switzerland Cheese Marketing

Cross-Selling hängt auch immer von der Präsentation ab. Ideal sind Früchtesaucen, Weine, Gebäck und Obst. Für das SB-Regal empfehlen wir die Platzierung in Augenhöhe des Konsumenten, am besten ist eine Blockplatzierung für Käse aus der Schweiz. Zudem hilft dem Konsumenten insbesondere an der Käsetheke eine Platzierung nach Ländergruppen, um sich besser zu orientieren und gezielt im Geschmacksprofil würzig sich nach hochwertigen Angeboten zu informieren. Unsere POS-Aktionen sind eine zusätzliche Abverkaufshilfe.