

Ladenbaupavillon 2020



Customer Journey und Digitalisierung Themenwelten des Fachhandels konzeptionell präsentiert

PARKRAUM lädt auf den Ladenbaupavillon zu einer Customer Journey ein : aus dem Blickwinkel des Kunden und der MitarbeiterIN wie sich eine zukünftige Fachhandelsfläche mit Anproben darstellen könnte.

Ladenfläche mit Behandlungsraum: Showroom und Anprobestudio:

Beeinflussen digitale Medien den Fachhandel positiv für die Prozesse auf der Verkaufsfläche? Hält die Digitalisierung Einzug in die Anproberäume?

Erfolgreiches Verkaufen gelingt ausschliesslich durch Strategien, die als gebaute Raumkonzepte sichtbar sind.

Der Gutschein allein wird in Zukunft nicht mehr ausreichend sein, um den Kunden in eine Fachhandelsfläche einzuladen. Die Aussendarstellung sowie das Sichtbar- Machen der Kompetenzen gewinnt an Relevanz.

Wie bekommt man beide Parameter: Kunde und MitarbeiterIn auf eine gemeinsame Handlungsebene im Gesundheitsfachhandel, sodass für beide Parteien eine Win-Win-Situation besteht?

Im Sanitätsfachhandel möchte die Branche Offline sein, also eine Handelsfläche. Jedoch zunehmend Online Beratungs- und Kaufprozesse den Kaufabschluß abbilden.

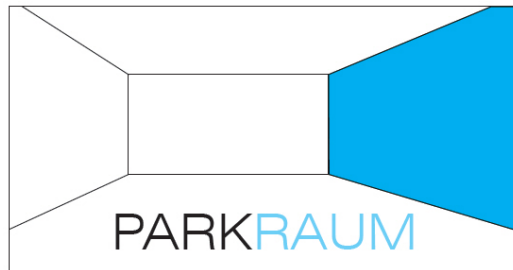
Die Ansprache des Kunden ist digital oder persönlich, haptisch, der Kunde z. B. zu einer Behandlungsart wie der Größenmessung beide Möglichkeiten erfahren kann. Gesellschaftliche Faktoren wie z.B. die Kommunikation der Menschen und ein immer informierteres Kaufklientel, alle Bedürfnisse hat eine Handelsfläche zu erfüllen: Wohlfühlambiente gepaart mit Bistrokeeling und Präsentation der Kernkompetenz. Inmitten darin die FachverkäuferINNEN ihren Handlungsbedarf erfassen müssen.

Gutscheinannahme - Beratungssituation - Anprobe - Warencheck - Verkaufsabschluß.

Die MitarbeiterINNEN der Gesundheitsbranche haben 2 Verkaufsflächen zu bedienen: sowohl auf der Ladenfläche als auch in der Kabine, der verlängerten Regalzone, in beiden Räumen wird "geshoppt".

Die Customer Journey, im Sanitätsfachhandel, dem Storytelling der Sortimentsabfolge, soll den Kunden eine konzeptionelle Abfolge der Produktkompetenz darstellen. Diese "Reise" durch die Verkaufsfläche ist umso erfolgreicher je schlüssiger diese Themenpräsentation ist, um den Kunden positiv anzusprechen. Die Beratung und der Verkauf von Produkten soll den MitarbeiterInnen durch eine sinnvoll integrierte Digitalisierung erleichtert werden.

Präsentierte Verkaufsszenen für den Fachhandel erleben Sie als Highlight auf dem Ladenbaupavillon der OTWorld 2020 in **Halle 3 Stand F 28.**



Bilder des Ladenbaupavillons der OTWorld 2018