



# Total Store Report PREVIEW

N° 01 | 2020

Willkommenszone

***Der Mensch nimmt seine Umgebung mit allen Sinnen wahr: Sehen, Riechen, Fühlen, Schmecken und Hören. Und das alles gleichzeitig. Deshalb ist es sinnvoll, auch als Händler den Raum ganzheitlich wahrzunehmen und vor allem zu gestalten und zu pflegen.***

Als Menschen kehren wir naturgegeben dorthin zurück, wo wir uns wohlgeföhlt haben und meiden Orte, die uns eingeschränkt bzw. belastet haben.

Wir möchten deshalb in unserem regelmäßig erscheinenden Total Store Report eine ganzheitliche und kundenzentrierte Sicht auf die Gesetzmäßigkeiten in der Ladengestaltung einnehmen.

Das Wohlbefinden und die Wiederkehrtrate der Kunden stehen dabei im Mittelpunkt – und damit in der Konsequenz Ihr wirtschaftlicher Erfolg.

Die Report-Reihe basiert auf den zehn Maximen des Total Stores (vgl. nächste Folie). Zu jeder Maxime werden wir auf der Grundlage von POS-Verhaltensdaten und von Erkenntnissen aus der Raumpsychologie, Interpretationsmuster und Empfehlungen herausarbeiten, die Ihnen in der Ladenkonzeptplanung und im Category Management wertvolle Impulse verleihen sollen.

Wie sieht ein idealtypischer Hauptloop aus? Was ist beim ersten Eindruck wichtig? Wie lassen sich tote Winkel vermeiden? Wie lassen sich Sortimentwelten kundenzentriert erstellen?

Kommen Sie mit uns auf die faszinierende Reise des Kunden auf der Ladenfläche und diskutieren Sie mit bzw. bringen Sie Ihre Fragen ein:  
<http://www.holisticconsultinggroup.com/insights>



**Dr. Markus Schweizer**  
Geschäftsführer Holistic Consulting

*«Dem Kunden mit allen (sensorischen) Mitteln das Gefühl zu vermitteln, ein willkommener Gast zu sein, wird über die Zukunft des stationären Handels entscheiden».*



**Peter Ramelow**  
Geschäftsführer Shoppermetrics

*«Filialbesichtigungen, die auf Regallücken, Arbeitsplänen und Kennzahlenstudium beschränkt sind, können zur Begeisterung nicht sonderlich viel beitragen. Der Mensch sollte im Mittelpunkt stehen».*

## Der Total Store Ansatz bringt die vielfältigen Disziplinen des Ladenbaus in Einklang.

In den 10 Maximen verschmelzen wir die Expertise u.a. des Category Managements, des Vertriebs und der Layoutplanung, um eine optimale Verzahnung der Disziplinen zu erlangen. Schließlich sieht der Kunde nicht die einzelne Leistung (z.B. nur den Bodenbelag), wenn er den Markt betritt, sondern er nimmt das Ganze wahr.

Anhand von KPIs zeigen wir auf, dass die Betrachtung des Ladens als Gesamtkunstwerk zu einer relevanten Steigerung der Durchlaufrate, der Conversion-Rate, dem Share of Wallet sowie des Umsatzes führt.

- 1 Willkommenszone**  
Der erste Eindruck zählt. Wann fühlt sich der Kunde willkommen?
- 2 Weltenbildung**  
Nach welcher Logik denkt der Kunde Sortimente? Wie sind diese Welten als solche klarer erkennbar?
- 3 Storytelling**  
Welche Botschaften sind zentral und wie lassen sich diese zu einer attraktiven Geschichte formen?
- 4 Hauptloop**  
Was zeichnet einen klar erkennbaren Hauptloop aus und wo lauern Stolpersteine?
- 5 Übertritt**  
Wie gelingen nahtlose aber klar erkennbare Übergänge zwischen den einzelnen Welten?

- 6 Leitfokus**  
Woran orientiert sich der Kunde beim Gang durch den Laden? Was verleiht ihm Sicherheit?
- 7 Nachbarschaft**  
Welche sequentielle Sortimentsanordnung ist für den Kunden entlastend und logisch?
- 8 Multisensorik**  
Was bedeutet eine Harmonisierung der Sinnesreize und wie gelingt diese kohärente Vernetzung?
- 9 Dramaturgie**  
Wie gelingt ein optimales Wechselspiel zwischen Spannung und Entspannung?
- 10 Verabschiedung**  
Der letzte Eindruck bleibt. Mit was verabschieden Sie Ihre Kunden?

**Wir prüfen Thesen, die einem im Arbeitsalltag immer wieder begegnen, auf ihren Wahrheitsgehalt.**

Diese Glaubenssätze werden in unserem Report einer empirischen Prüfung standhalten müssen. Auf der Grundlage eines Datenpools von über 100.000 Kundenläufen – durchgeführt von Shoppermetrics – können wir die Wirkung unterschiedlicher Layoutkonfigurationen auf das Kundenverhalten beobachten und entsprechende (Erfolgs-)Muster identifizieren.



## Kundenlaufstudien

Im stationären Handel werden Kunden beim Einkaufen beobachtet.

**100.000+**

Kundenbeobachtungen dienen als Grundlage dieses Total Store Reports

## Vorher-Nachher-Tests

Durch den Vergleich der Kundenläufe vor und nach dem Umbau können Unterschiede deutlich gemacht werden.

## Heatmaps

Als Ergebnis dienen die Heatmaps mit der Frequenz, Durchlaufgeschwindigkeit und Abverkauf

**15+ Länder**

Kundenlaufstudien aus ganz Europa mit dem Fokus auf die DACH-Region stellen eine breite Basis dar.

**13 JAHRE**

Stabile Trends und Entwicklungen können aufgrund der Marktführerschaft innerhalb der Kundenlaufstudien deutlich gezeigt werden.



Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann kommen Sie gerne auf uns zu oder bestellen den Report direkt in unserem [Shop](#).



**Dr. Markus Schweizer**

Geschäftsführer & Partner



Bödekerstr. 70 | DE-30161 Hannover

**TELEFON** DE +49 511 2195 6025

**MOBIL** DE +49 152 5640 3805







# **HOLISTIC** CONSULTING GmbH

BERATUNG FÜR EIN KUNDENZENTRIERTES  
DENKEN UND HANDELN

[www.holisticconsultinggroup.com](http://www.holisticconsultinggroup.com)