

# Evaluierung von P.O.S. Marketing Aktionen



# Die Herausforderungen für POS-Promotions



## Business Cases zeigen:

- > 60 % aller POS-Promotions erreichen keinen positiven Deckungsbeitrag
- > viele keinen nennenswerten Zusatzabsatz

## Trend in Industrie und Handel

Die Erwartungen an den Erfolg von POS-Maßnahmen werden höher gesetzt



dieses setzt die richtigen Entscheidungen voraus



und erfordert den Beweis des effizienten Mitteleinsatzes

# Ansatzpunkte für Entscheidung & Evaluierung



## Promotionziele



Wichtige Vorentscheidungen zur Effizienz von P.O.S. Maßnahmen werden schon in der Briefing-Phase getroffen



Nur durch klare Abwägung der Ziele lassen sich die besten Konzepte entwickeln



Zunächst zu klären: Welches ist das wichtigste Absatzziel? Eindeutige Prioritäten formulieren.

# Fokussierung auf vier Aspekte



# Rahmenbedingungen

**Entscheidende** Rahmenbedingungen mit Einfluss auf die Auswahl der Mechanik:

- A** Lebenszyklus \*
- B** Saisonalität des Produktes
- C** Kannibalisierung \*\*

\* = Einführung, Wachstum, Sättigung, Ernte

\*\* = zum Normalgeschäft und in der Warengruppe

# Optimierung des Promotion-Portfolios

Die Ressourcen sind begrenzt:



Warengruppen mit dem größten Promotionhebel bevorzugen

Potenzialbewertung nach Markenstärke **A, B**  
oder **C-Marke**



1

Potenzialbewertung nach Kaufverhalten  
**Plan- oder Impulskäufer**



2



# Promotion-Mechaniken

Im folgenden werden Promotion-Mechaniken verglichen. Grundlage ist eine umfangreiche Erhebung von Business Cases und Promotion-Nachbewertungen:



## Die Kriterien

Welche **Zielsetzungen** werden erfüllt?

Handelsziel, Händlerziel, Verbraucherziel, Verbrauchertyp

Die wichtigsten Parameter zu **Effektivität** und **Effizienz**

Gängige Verfahren der **Bewertung** und **KPI's**

Mögliche **Risiken**

# Mechaniken in der Übersicht

Price-off

Display

Handzettel

Verkostung  
(Werbedamen)

Sampling  
(evt. Werbedamen)

Cross-Promotion

Multipackungen

Bonuspackung

Zugaben  
(Produkt /-fremd)

Linksaves

Coupons

Gewinnspiele

Multibuys

Bonuspunkte

Geld-zurück-  
Garantie

# Kommunikations-Unterstützung

Media Tag-on

Anzeigen  
(TZ, HJ, Zeitschr.)

Promotionspot

Floorgraphics

POS-Radio

Internet

Instore-Plakate

Einkaufswagen-  
plakate

SMS /MMS-Aktionen

18/1 Plakate

PR

## Effizienzkriterien und Benchmarks

Wir haben Effizienzkriterien und Benchmarks für alle vorgenannten Mechaniken entwickelt.

**Sie möchten mehr wissen?**

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf.

# Kontakt

Rösler Unternehmensberatung GmbH  
Albrecht Rösler  
Pickhuben 6 (Sandthorquaihof)  
20457 Hamburg

Tel.: +49 (0)40 360 9696-1

Fax.: +49 (0)40 360 9696-5

Mail: [mail@roesler-beratung.de](mailto:mail@roesler-beratung.de)

Web: [www.roesler-beratung.de](http://www.roesler-beratung.de)