

## Ο in-store καταναλωτής και οι... «κλέφτες» της ματιάς του!

Θυμηθείτε την τελευταία φορά που επισκεφθήκατε ένα supermarket ή ένα πολυκατάστημα. Ήδη με τις αφίσες στην είσοδο ενημερωθήκατε για τις μοναδικές προσφορές της συγκεκριμένης ημέρας στο κατάστημα. Μπαίνοντας μέσα, υπήρχαν αντίστοιχες επικοινωνίες στις καρτολίνες που κρέμονταν από την οροφή, ενώ καθώς επιλέγατε προϊόντα, σίγουρα θα αντικρίσατε τους δείκτες ραφιού (wobbler), που παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στον πόλεμο της ρεγκλέτας, στον ιδιαίτερα περιορισμένο χώρο του ραφιού. Λίγο παρακάτω συναντήσατε ένα χάρτινο σταντ προβολής και πώλησης, όπου τα προϊόντα στήνονται και προβάλλονται χωρίς να ακολουθούν τους κανόνες του ραφιού. Στον επόμενο διάδρομο γινόταν μία προωθητική ενέργεια και, αν δεν πήρατε δείγμα του νέου προϊόντος, σίγουρα φύγατε με κάποιο εκπαιδευτικό κουπόνι ή διαφημιστικό έντυπο. Λίγο πριν το ταμείο, άλλο ένα σταντ από χαρτί σας παρακινούσε για μια αγορά της τελευταίας στιγμής, ενώ ακόμη και η απόδειξη είχε ένα διαφημιστικό μήνυμα στην άλλη της όψη. Ενδεχομένως να χρησιμοποιήσατε χάρτινες τσάντες με το λογότυπο του καταστήματος, καθώς και χαρτί περιτυλίγματος για το δώρο που αγοράσατε. Τέλος, πριν φύγετε από το κατάστημα, λάβατε μέρος και σε ένα διαγωνισμό ρίχνοντας στην κάλπη το χάρτινο κουπόνι συμμετοχής.

Είναι προφανές ότι σε επίπεδο in-store τα έντυπα μηνύματα επικρατούν και η παρουσία υλικών έντυπης επικοινωνίας στο χώρο των καταστημάτων είναι σήμερα πιο έντονη από ποτέ. Εξετάζοντας τα παραπάνω και με τα μάτια του marketer, ο οποίος επιδιώκει να υλοποιήσει ενέργειες που θα αποδώσουν το μέγιστο δυνατό, είναι σημαντικό κατά την επικοινωνία σας με τους προμηθευτές που θα δημιουργήσουν τα υλικά αυτά, να τους μεταφέρετε με κάθε λεπτομέρεια το σκοπό και τη χρήση τους, προκειμένου να επιλεγούν τα κατάλληλα υλικά και να αποφευχθούν πιθανές αστοχίες.

Καθένα από τα συγκεκριμένα χάρτινα αντικείμενα οφείλει να πληροί ορισμένες προδιαγραφές για να αντέξει υπό τις συνθήκες χρήσης του, τεχνικές λεπτομέρειες τις οποίες δεν γνωρίζουν οι άνθρωποι του marketing, με αποτέλεσμα συχνά να αντιμετωπίζουν δυσάρεστα απρόοπτα (να σκεβρώνει η καρτολίνα, να ξεκολλάει ή να αφήνει ίχνη το wobbler, να μην κατασκευάζονται σταθερά και στιβαρά stands).

Επιπλέον, η εμπειρία των προμηθευτών-συνεργατών σας, οι οποίοι κατασκευάζουν χιλιάδες αντίστοιχα αντικείμενα, είναι πολύτιμη και μπορεί να σας υποδείξει εναλλακτικές και αποτελεσματικές λύσεις και προτάσεις, τόσο σε τεχνικό όσο και σε δημιουργικό επίπεδο. Με τον τρόπο αυτό, θα μεταμορφώσετε κάθε λευκή κόλλα χαρτί σε πολύτιμο εργαλείο για τη βελτίωση των πωλήσεών σας.

Βασίλης Ευθυμίου  
Υπεύθυνος Ανάπτυξης Νέων Προϊόντων