

ANTJE VERSTL



sana
i u i s

SENSUAL MER-
CHANDISING
IM HANDEL

DENDRON akademie

Inhalt

7

Editorial
Hello,
hallo,
hej

12

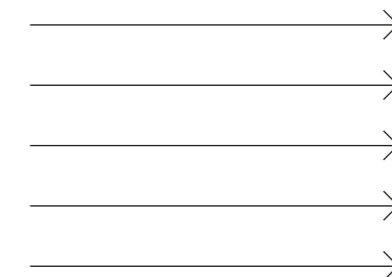
Sensual
Merchandising:
Zauberdisziplin
der Zukunft

16

Mr. Cortex lässt
grüßen

22

Das Orchester
der Sinne



Sehen ▶ 26
Riechen ▶ 84
Hören ▶ 96
Schmecken ▶ 102
Fühlen ▶ 110

120

Wer fühlt, der
kauft

132

Sinnesparcours
im Handel

144

Geschichten aus
aller Welt

Antjes Suche nach der Emotion

Sana Sini ist fast fertig. Es war eine intensive Reise in viele Länder und Städte auf der Suche nach der Emotion. Theorien gibt es genug – ich wollte spüren, erleben und erfahren, welche emotionalen Erlebniswelten im Einzelhandel erfolgreich umgesetzt werden. Fünf Jahre lang hat die Recherche, das Reisen und die Arbeit an Sana Sini oft mein Leben bestimmt.

Wir wissen es Alle: Unsere Handelsflächen müssen zukünftig das bieten, was der Onlinehandel nicht hinbekommt: Ein ganzheitliches Genusserlebnis von Ware und Mensch! Die Kunden werden zu Gästen mit höchsten Ansprüchen.

Es sind längst keine Verbraucher mehr, vielmehr abgeklärte Konsumenten, die preis- und luxusorientiert zugleich sind. Es sind Partner, denen Faktoren wichtig sind, die wir bis dato eher als Zusatzleistungen gesehen haben:

- Ambiente, das staunen lässt
- Spannende Sortimente, die zugleich auch Werte, Orientierung und Sinn vermitteln
- Poetische Erlebnisse

- Leckere, kulinarische Haltestellen
- Beratung von Mensch zu Mensch
- Service für top Convenience und Effizienz

Läden werden zum Treffpunkt werden, wo sich Menschen wohlfühlen und genau aus diesem Grund wiederkommen. Es geht zukünftig immer mehr um echte Gastfreundschaft, Beziehung, Vertrauen, Wohlbefinden. Das emotionale *Want* (Wollen) ersetzt das faktische *Need* (Brauchen).

Heute verkaufen wir einen Moment, der Morgen zum bleibenden Erlebnis wird. Nur wie komme ich als Händler dahin? Der Buchtitel Sana Sini ist Programm. Sana Sini ist ein indonesischer Abschiedsgruß und bedeutet wörtlich übersetzt „Gehe und komme wieder!“. Er drückt in Fülle und Weichheit genau das aus, worum es im Sensual Merchandising letztlich geht: Biete einen Ort der Begegnung. Bereite dem Kunden ein ganzheitliches Einkaufserlebnis, das alle Sinne anspricht!

Damit dies geschieht, braucht es eine Beziehung zum Unternehmen, zum Laden, zur Ware, zu dir und deinem Team. Nur über diese innere Verbindung werden Gelegenheits-Kunden zu treuen Kunden.

Möge Sana Sini dir wertvolle Einsichten und Aussichten geben. Ich freue mich von dir zu hören!

Merke

Wir definieren unsere Identität durch Beziehungen.

Erlebnisse werden zum neuen Statussymbol.

Für ein erfolgreiches Sensual Merchandising gilt es eine emotionale Bindung zwischen dem Unternehmen und den Kunden herzustellen.

Es geht im Handel nicht mehr um Ware, aber um Werte, Erlebnisse, Erfahrungen hinter dem Produkt.

Kunden zu inspirieren, zu servizieren und zu animieren wird für uns zum Job N° 1.

Die Kunden von gestern sind die Gäste von heute und morgen.



Es gilt neue Antworten zu finden, für all die neuen Fragen.