

Jun 23, 2020

Dortmund, 23. Juni 2020 – Die Corona-Krise sorgt für erhebliche wirtschaftliche Unsicherheiten – nicht nur auf Seiten der Unternehmen sondern vor allem bei den Konsumenten. Vollsortimenter profitieren derzeit noch von der aktuellen Situation. Dennoch steigt die Preissensibilität und die „Stunde der Discounter“ ist absehbar, so ein aktuelles Ergebnis von Marktforschern (Quelle: Lebensmittel Zeitung, 14. April 2020).

Das Corona-Virus hat die Welt, wie wir sie kennen, nachhaltig verändert. Natürlich betrifft dies auch das Marketing und nimmt direkten Einfluss auf die Zukunft des Shopper Marketings und damit auch auf das Geschäft der Markenartikler.

Wie gestaltet man angemessene Promotions, schafft Aufmerksamkeit für das Produkt und wie kann man Einfluss auf das Kaufverhalten nehmen? Wie können Markenartikler ihre Kunden binden, damit diese nicht zum Preiseinstiegssegment oder Discounter abwandern? Diese und weitere Fragen beschäftigen die Marken, den Handel und natürlich auch acardo als langjähriger Couponing-Spezialisten in Deutschland intensiv, vor allem in diesen Zeiten.

Infografik (zur freien redaktionellen Verwendung)

Implikationen für ShopperMarketing in Zeiten von Corona

acardo



Verweildauer und Aufmerksamkeit auf ein Minimum beschränkt

Kunden versuchen den Einkauf so kurz wie möglich zu gestalten.
Der Einkaufszettel wird vorher geplant und Produkte werden gezielt gekauft.



Kaufbereitschaft gesunken

Luxusgüter und Produkte, die nicht zum täglichen Bedarf gehören,
rücken in den Hintergrund.



Erschwerte Rotation von Neuprodukten

Der Kunde verlässt nur ungerne seine Komfortzone und vertraut auf Gewohntes.
Spontan- und Probierkäufe verlieren ohne Unterstützung an Relevanz.



Finanzielle Unsicherheit prägt das Kaufverhalten

Der Shopper substituiert seinen gewohnten Warenkorb und neigt immer mehr
zu einer kostengünstigeren Variante.



Gefahr der Markenerosion

Mit steigender Tendenz ist eine Abwanderung zum Discounter/Preiseinstieg zu
beobachten. Es landen immer weniger Markenartikel im Einkaufswagen der
Konsumenten.



Fußball EM verschoben

EM Kampagnen müssen abgesagt werden, geplante Abverkäufe werden
nicht erreicht und es entsteht ein verstärkter Preiskampf im Wettbewerb.



Gastronomie stark eingeschränkt

Die Gastronomie fällt für unbestimmte Zeit als wichtiger Abnehmer
und essentielle Umsatzquelle für viele Hersteller.



Kinos sind geschlossen

Ehemalige Kinobesucher nutzen vermehrt Streaming Dienste und gewöhnen
sich an das Entertainment im eigenen Wohnzimmer.



Solidarisch durch die Krise

Viele Institutionen benötigen Unterstützung und Spendenaktionen werden
dadurch immer wichtiger.

Jetzt handeln:

Wie gestaltet man angemessene Promotions, schafft Aufmerksamkeit für das
Produkt und wie kann man Einfluss auf das Kaufverhalten nehmen?

An morgen denken:

Wie kann man seine Abverkäufe zukünftig steigern, Defizite ausgleichen und
verlorene Kunden zurückgewinnen?

acardo hat die „Implikationen für Shopper Marketing in Zeiten von Corona“ in einer Infografik zusammengefasst – und steht Ihnen als Themenexperte und Gesprächspartner persönlich zur Verfügung. Bei redaktionellen Fragen wenden Sie sich bitte direkt an unseren Pressekontakt.

Quelle: acardo group ag

Über couponplatz.de

couponplatz.de ist das führende hersteller- und händlerübergreifende Couponportal für Lebensmittel und Drogerieprodukte, das einfach und effizient Aufmerksamkeit für Produkte und relevante Kaufanreize für Kunden schafft. Mit derzeit rund 50 großen an die Plattform angeschlossenen Handelsketten steht Smart Shoppern deutschlandweit ein Netz von mehr als 30.000 Filialen zur Einlösung der Coupons zur Verfügung. Markenartikelhersteller können den Erfolg von Rabattaktionen direkt an den eingelösten Coupons messen und haben so schnell und mühelos maximale Transparenz über Kosten und Nutzen ihrer Verkaufsförderungs- und Kundenbindungsmaßnahmen. Umfassende Beratung, einfache und schnelle Umsetzung von Aktionen sowie überdurchschnittlich hohe Einlösequoten machen couponplatz.de zur ersten Adresse für leistungsstarkes Couponing in Deutschland. couponplatz.de ist ein Angebot der couponplatz.de GmbH. | www.couponplatz.de

Über acardo group ag

acardo aktiviert Konsumenten für die Markenartikelindustrie. Mit drei Unternehmensbereichen – „acardo activation“ (Shopper-Activation), „acardo clearing“ (Abrechnung und Reporting) und „acardo cinema“ (Kino-Gutscheine) – bieten die Dortmunder Spezialisten eine ganzheitliche Lösung für reibungslose Coupon-Prozesse – von der Strategie, über die Konzeption und Umsetzung bis zur technischen Abwicklung und Abrechnung. Ein insgesamt 50-köpfiges Team betreut mehrere tausend Filialen rund um das Thema Couponing und damit einen Großteil des Lebensmitteleinzelhandels im deutschen Markt. Nahezu alle großen Konsumgüterhersteller haben in den vergangenen Jahren tausende von Coupon-Aktionen über acardo abgewickelt, hinzu kommen Handelsunternehmen in den Bereichen Lebensmittel, Apotheken und Pharma sowie Kinobetreiber. Zu den langjährigen Kunden gehören unter anderem EDEKA, Marktkauf, Müller, Nestlé, Unilever, Kellogg's, Krombacher, Coca-Cola, Melitta, CinemaxX, Cineplex, UCI, Universal und Warner Bros. | www.acardo.com

Pressekontakt

Chérine De Bruijn, Executive MBA

E-Mail: presse@acardo.com

Tel.: +49 (0)231 58 44 97-117

Agentur: CORPORATE KITCHEN GmbH & Co. KG

Christophstr. 15-17 | D-50670 Köln

Geschäftsführung: Chérine De Bruijn

Unternehmenskontakt acardo group ag

Am Kai 12 | D-44263 Dortmund

E-Mail: info@acardo.com | Web: www.acardo.com

Vorsitzender des Aufsichtsrats: Markus Braemer

Vorstand: Robert Hartung, Constantin Rack, Alexander Schüle, Christoph Thye

HRB 15280 | Amtsgericht Dortmund

Im Falle einer Veröffentlichung bitten wir um ein Belegexemplar an die Dortmunder Firmenadresse. Vielen Dank!

<https://www.lebensmittelzeitung.net/handel/Corona-Krise-Die-Stunde-der-Discounter-145791>