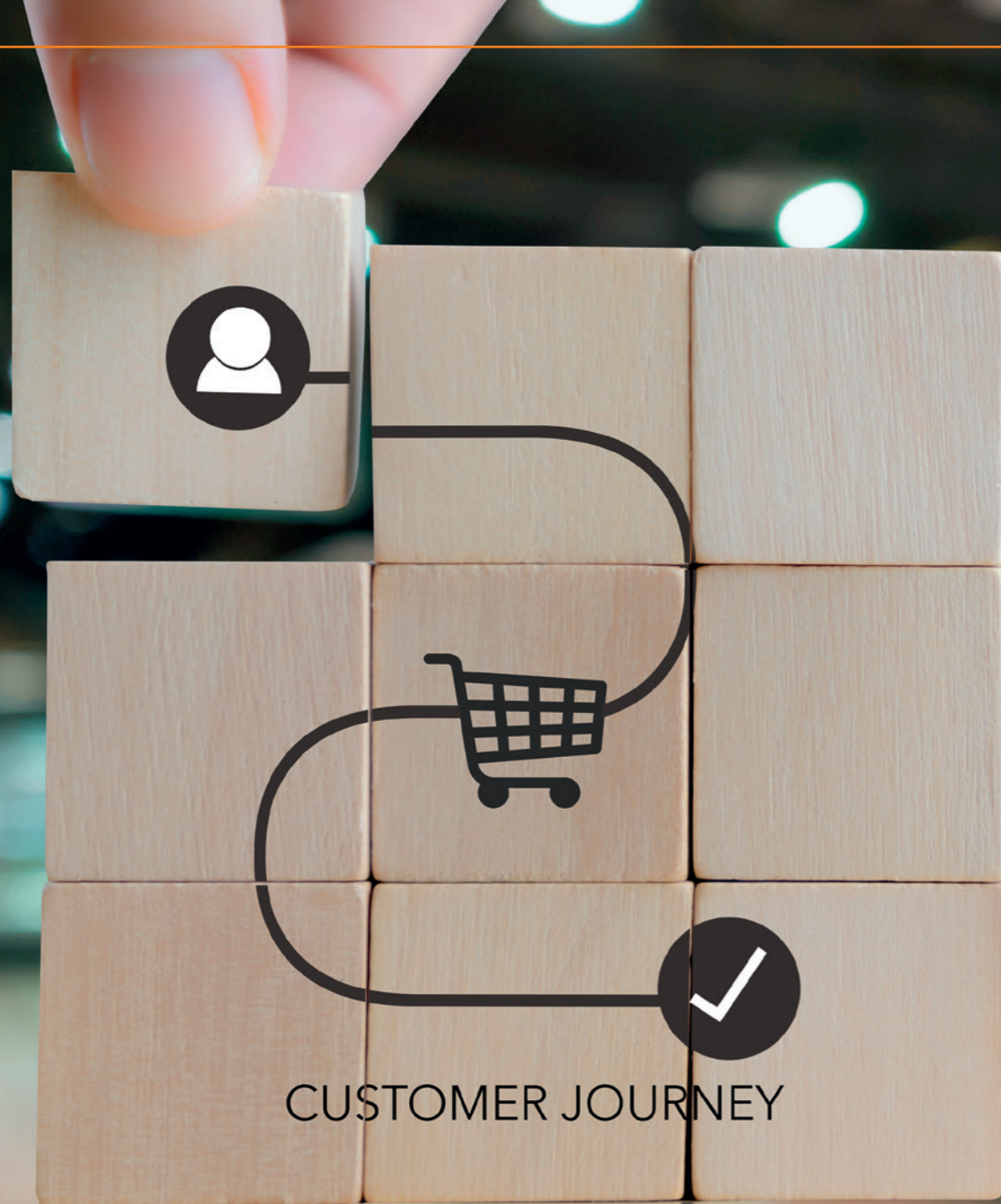


HAR DU KOLL PÅ
FÖRSÄLJNINGSPOTENTIALEN
UNDER HELA ÅRET?





CUSTOMER JOURNEY

CUSTOMER JOURNEY



KAMPEN OM KUNDERNA

Den tuffa kampen om kunderna inom dagligvaruhandeln kommer att fortsätta under 2023. Konsumenternas förtroende är påverkat, kriserna står nästan i kö och det påverkar köpbeteendet.

Nya shoppingmönster växer fram och det kräver, mer än någonsin tidigare, att dagens varumärken jobbar hårt för att fånga konsumenternas uppmärksamhet i butiken.

Det handlar om att marknadsföra dina varumärken på ett sätt som fångar konsumenternas uppmärksamhet och flyttar varorna till varukorgen. Om din exponering kan få konsumenten att ta de berömda sista tre stegen till ditt varumärke är du redan på god väg. Det är faktiskt bevisat att effektiva Display- och POS-lösningar kan leda till försäljningsökningar på ca. 24 %*, precis som att de effektivt stärker varumärket.

På DS Smith är vi experter på att utveckla effektiva och hållbara lösningar inom Display och POS. Med den här broschyren vill vi försöka inspirera dig med några olika lösningar. Vi vill gärna hjälpa dig att öka din försäljning året runt.



*Kilde: Retail Institute Scandinavia 2020, Dentsu 2021, POP 2016

Påskan

Näst efter jul är påsk den tid på året då vi handlar som mest till middagar och fester tillsammans med vänner och familj.

Försäljningen inom kategorierna mat, dryck och konfektyr blomstrar vid denna tiden.

Med eller utan hjul. Möjlighet till skiftande exponering, lösningen kan därför användas vid flera tillfällen.



Trädgård



Runda former upplevs som vänliga och varma. Differentiera dig från konkurrenterna genom mer okonventionella POS-former.

Trädgårdssäsongen pågår större delen av året och involverar ett brett utbud av kategorier runt om i landets många handelsträdgårdar och byggvaruhus. Det ger en bra möjlighet att marknadsföra varumärken i lösningar gjorda av olika material, t ex med en rustik look.

Mors dag



Fars dag

MORS & FARS DAG

Dessa dagar har numera blivit stora kommersiella konsumtionshelger.

Ta tillfället i akt och försök fånga konsumenternas uppmärksamhet med iögonfallande och inspirerande displayer.



Grillsäsongen

GRILLSÄSONG

Att vi i Sverige gillar att grilla råder det ingen tvekan om. Så fort den första vårsolen visar sig plockas grillarna fram.

Men för att kunna servera den perfekta måltiden behövs det mer än en grill.

Redskap, kryddor, såser Exponera dem i moderna och uppseendeväckande displayer.

3D-effekt, med skyltar väcker uppmärksamhet.



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN

Konserter & festivaler

Vår och sommar är högsäsong för konserter och festivaler. Efter några tråkiga år med pandemi har festen börjat på riktigt igen, och det känns tydligt över land och stad. Det är en självklar möjlighet att göra attraktiva POS-lösningar med allt som bidrar till festen.



Studenten



Skolstarten



Sportevenemang

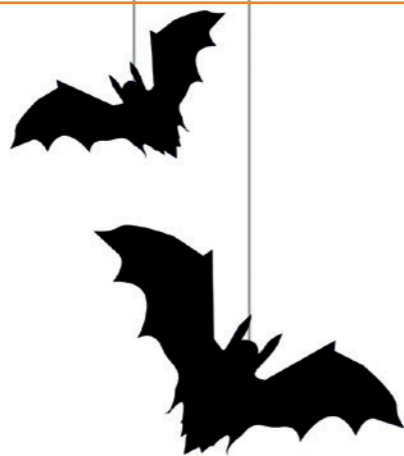


Ishockey-VM, fotbolls-VM, Champions League, allsvenskan - alla lockar de fans i olika åldrar. Locka publiken med displayer som sticker ut i mängden.

Denna typ av lösning är skalbar och kan enkelt modifieras till att passa dina behov



Halloween



Stick ut
Stöd din kampanj och särskilj dig från konkurrenterna genom icke-traditionella POS-lösningar.



Black Friday - ett årligt återkommande evenemang som numera sträcker sig över en längre period. Det är en självklar möjlighet att köra kampanjer som lämpar sig för att exponeras på butiksgolvet.



*"let it show
let it show
let it show"*



För många varumärken inom FMCG är julen den stora högtiden. Räkna med en period med mycket trängsel i butikerna, där synlighet och kreativa lösningar betyder allt om just dina varumärken ska hämtas hem till december månads många sociala tillställningar.

Nyår

För många varumärken är nyår en av årets absoluta höjdpunkter. En hektisk tid i butikerna där kampen om kundernas uppmärksamhet sätts på prov. Välj en POS-lösning som är lite extra iögonfallande.



Januari - den sunda månaden



För många klickas det nya året igång med nyårslöften om träning och hälsosammare livsstil. Ett bra tillfälle för varumärken med fokus på t ex hälsa och fitness att positionera sig inom dagligvaruhandeln. Med kreativa lösningar som stödjer den hälsosamma livsstilen förstås.

Alla Hjärtans dag



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN

Barnens dag






Frekventa & snabba köp

Vi shoppar oftare men lägger trots det mindre tid på shopping jämfört med tidigare.

- 50 % handlar minst tre gånger i veckan
- 16 % handlar varje dag
- 66 % spenderar < 20 minuter på att shoppa

Detta betyder att det ställs nya krav på att fånga konsumentens uppmärksamhet i butiken.



En möjlighet för dig

Använd Display- och POS-lösningar för att öka synlighet och navigering för din kampanj. Golvdekaler, taks skyltar & portaler hjälper dig att sticka ut och synas i mängden.

Hållbarhet

Vi vill alla uppnå en mer miljövänlig livsstil:

- 81 % tror de kan göra skillnad genom sina inköp
- 47 % anser det är viktigt att produkter produceras på ett miljö- och klimatvänligt sätt
- 60 % av generation Y kommer att betala mer för etiskt framställda varor



*Kilde: Retail Institute Scandinavia 2020

En möjlighet för dig

Nyttja kunskap om köpbeteende för att designa olika och mer effektiva Display- och POS-lösningar.

En möjlighet för dig

Engagera och informera konsumenterna genom Display- och POS-lösningar. Tryckta QR-koder kan t ex informera om certifieringar, hållbarhetsarbete etc.

En möjlighet för dig

Kunden har oftast en inköpslista i handen och följer samma invanda mönster varje gång. Ändå visar forskningen att hela 70% av inköpen bestäms direkt i butiken.

Behovet av enkla matlösningar och inspiration är därför stort. Konsumenterna är fortfarande lättpåverkade och kan snabbt ändra sina köpbeslut i butiken.



*Kilde: Retail Institute Scandinavia 2020



Vill du veta mer om POS- & Displaylösningar?

Kontakta din säljkontakt på DS Smith alt skicka mail.

DS Smith

Tel 0370-420 00

packaging.sweden@dssmith.com