

Lernsituation	
WKE-LF04	Warenplatzierung im Verkaufsraum

Unternehmensprofil

	<p>Kaufhaus Sonne GmbH & Co. KG Sonnenweg 1 88239 Wangen</p> <p>Telefon: 0 75 22/123-0 E-Mail: info@kaufhaus-sonne.de</p> <p>Website: www.kaufhaus-sonne.de</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Das Kaufhaus Sonne hat ein breites Warensortiment, von Lebensmittel über Kleidung bis hin zu Wohnen und Accessoires kann man hier alles finden. Der Geschäftsführer Herr Müller ist dafür verantwortlich, dass die Waren kundengerecht präsentiert werden und einen Umsatz generieren.

Das Kaufhaus Sonne möchte nun die Warenplatzierung im Verkaufsraum verbessern, sodass die Kunden vermehrt und gezielt zum Kauf angeregt werden. Herr Müller, der Geschäftsführer, beauftragt Sie als Auszubildende/Auszubildender die Vorteile sowie einen konkreten Vorschlag, wie die Platzierung von Waren im Verkaufsraum aussehen könnte, herauszuarbeiten.

Sie sollen dann Ihre Ergebnisse im nächsten Verkaufsmeeeting vorstellen.

Auftrag

Unterbreiten Sie dem Kaufhaus Sonne einen Vorschlag, wie eine Platzierung nach der Warengruppe „Bademode“ aussehen könnte, indem Sie sich passende Artikel überlegen und auf einem Blatt anordnen. Notieren Sie außerdem jeweils einen Vorteil der Platzierung nach Warengruppen für den Kunden und einen für den Verkäufer. Präsentieren Sie im Anschluss Ihre Ergebnisse.

Zeit: 15 Minuten

	Vorteil Kunde	Vorteil Verkäufer
Platzierung nach Warengruppen		
Platzierung nach Kundenbedarf/ Verbundplatzierung		
Aktionsplatzierung		

Datenkranz

Platzierung nach Warengruppen

In vielen Unternehmen wird das Sortiment nach Warengruppen (z. B. Herrenanzüge, Kleider, Getränke, Toilettenartikel) platziert. Dadurch verringert sich der Suchaufwand für den Kunden. Werden viele verschiedene Artikel innerhalb der Warengruppe angeboten, liegt ein tiefes Sortiment vor. Das bedeutet, dass der Kunde aus einer Vielzahl gleichartiger Artikel verschiedener Hersteller, Qualitäten, Preisstufen auswählen, und somit gut vergleichen kann.