

Stiga

Neues für Shop-in-Shop System

Zusammenarbeit mit Handelspartnern soll weiter gestärkt werden



© Stiga

Stiga erweitert das POS-Konzept um zusätzliche Elemente.

Der Gartengerätehersteller baut seine verkaufsunterstützenden Maßnahmen weiter aus – und will seine Handelspartner in der kommenden Saison durch zielgerichtete Investitionen am POS stärken.

In 2017 hatte Stiga ein neues Shop-in-Shop System entwickelt, das der Handel seit der Saison 2018 aufmerksamkeitsstark in seine Verkaufsflächen einbinden kann. Mit einem modernen Design in Holz-Optik und farblichen Akzenten in den typischen Stiga-Farben ermöglicht das System eine auffällige Präsentation der Produkte.

„Zu unserem Shop-System haben wir zahlreiches positives Feedback aus dem Handel erhalten“, berichtet Matthias Schrewe, Geschäftsführer der Stiga GmbH. „Das hat uns in der Entscheidung gestärkt, das POS-Konzept um zusätzliche Elemente zu erweitern.“ Wurde bisher vor allem die Vielfalt der Aufsitzmäher und Handgeräte in Szene gesetzt, sollen die neuen Elemente vermehrt den Rasenmähern gebührende Aufmerksamkeit schenken. Einladend und sehr offen gestaltete Präsentationsregale und Podeste werden das bestehende System ergänzen. „Durch die moderne Darstellung unseres Sortiments im Handel wollen wir das Interesse der Kunden wecken, dadurch eine hohe Nachfrage generieren und den Abverkauf unserer Produkte weiter forcieren.“

Auf der demopark 2019 konnte die Branche bereits einen Blick auf das erweiterte Shop-in-Shop-System werfen. Denn hier stellte Stiga exklusiv erste Prototypen vor, die nach Angaben des Herstellers für durchweg positives Feedback sorgten. Zur Verfügung sollen die neuen Elemente für die Saison 2020 stehen.