

# Euronics und media@home: Zeitgemäße Verkaufswelten Emotionen am PoS



*Euronics und media@home präsentieren gemeinsam mit Samsung und den Möbelherstellern Leolux und Spectral einladende Wohnwelten, die dem Anspruch eines zeitgemäßen PoS gerecht werden.*

**Verkaufsräume, in denen technische Produkte nur ausgestellt oder lieblos aneinandergereiht werden, kann sich heute kein Händler mehr leisten. Graues Ambiente zieht den lifestyle-orientierten Kunden nicht gerade an, und beim Klagen über schlechte Verkaufszahlen ist der ausgetretene Teppich auch nicht wirklich hilfreich. Euronics und media@home gehen mit ihrem Konzept innovative Wege und schaffen mit starken Partnern die Erlebniswelten, die man braucht, um beim Kunden einen Wow-Effekt für die vielseitigen, individuellen und vor allem neuen Technologien zu erzielen.**

Mit dem Projekt Comfortainment präsentieren Euronics und media@home zusammen mit Spectral, Leolux und Samsung einladende Wohnwelten am PoS. Dabei geht es darum, praktische und zeitgemäße Lösungen für die perfekte Integration von Unterhaltungselektronik in den Wohnraum (Ton-, Bild- und Aufstelllösung) darzustellen. „Unser Projektziel bei Comfortainment ist es, eine Vielzahl stationärer Inspirationsflächen zu schaffen“, sagte Patrick Schwarzhaupt, Leiter Spezialisierter Fachhandel bei Euronics. „Indem wir eine ‚Wohngefühl-Atmosphäre‘ am PoS schaffen, erhöhen wir nicht nur die Verweildauer und den durchschnittlichen Deckungsbeitrag, sondern erhöhen auch die Aufmerksamkeit unserer Kundschaft. Die Mischung aus Komfort und Entertainment ist die entscheidende Differenzierung vom ausschließlich produktbezogenen Onlinekauf.“

## Point of Emotion

Nur an einem emotional ansprechenden Point of Sale – Euronics nennt es „Point of Emotion“ – können Kunden die Produkte wirklich fühlen, hören, testen, ausprobieren und erleben. Auch Beratungskompetenz und den passgenauen Service kann nur der stationäre Handel bieten. Die Integration von Fernsehern in Wohnwelten oder die Demonstration von Smart Home-Lösungen im Verkaufsraum erleichtert es den Händlern, die Vorteile der Produkte erfolgreich zu vermitteln. Mit den komfortablen Designer-Möbeln von Leolux werden die Verkaufsräume der Fachmärkte und -geschäfte zu einem Wohnzimmer, in dem man gerne verweilt.

Spectral steht für hochwertige Möbel und hat sich darauf spezialisiert, Technik unsichtbar im Interieur zu integrieren. Beispielsweise können Lautsprecher, Subwoofer, Apple-TV und Blu-ray-Player unsichtbar in die unterschiedlich-

ten Möbel integriert werden. Neben den eigenen Tonlösungen lassen sich auch viele Soundbars von Fremdfabrikaten problemlos integrieren. In Verbindung mit der richtigen Aufstelllösung passt dann auf dem zweiten Blick zusammen, was auf den ersten Blick nicht so richtig harmonisieren will. Mit dem Launch der Ameno und Twenty-Serie von Spectral stehen nun auch diverse Hängeschränke und Kombinationsmöglichkeiten in den unterschiedlichsten Oberflächenmaterialien zur Verfügung.

## Hohe Kundenakzeptanz

Weil eine attraktive Atmosphäre auch stimmige Lichtwelten verlangt, haben alle Euronics-Mitglieder die Möglichkeit, ihre Verkaufsräume damit weiter aufzuwerten. „Die Integration von Technologie in Wohnwelten kommt dem Absatz direkt zugute“, sagte Schwarzhaupt. Erste Umsetzungen hätten bereits gezeigt, dass der Absatz großformatiger und hochwertiger Samsung TV-Displays dadurch nachhaltig gesteigert wurde – und zwar unabhängig vom Betriebstyp und mit unterschiedlichen Präsentationsmöbeln.

Immer mehr Fachhandelshäuser möchten von den zusätzlichen verkaufsfördernden Vertriebs-, Marketing- und Serviceleistungen des Samsung Vorteilsprogramms profitieren. Das Samsung Konzept AVantgarde gewinnt viele Neupartner, die von den Vorteilen des Programms so überzeugt sind, dass sie zum ersten Mal überhaupt Samsung Produkte ins Sortiment aufnehmen. Dies freut Kai Hillebrandt, Vice President CE bei Samsung Electronics GmbH besonders. „Die große Zahl der Erspartner bestätigt die Attraktivität unseres Ansatzes, mit exklusiven Leistungen die Wettbewerbsfähigkeit unserer Premium-Partner spürbar zu steigern.“ Die Geschwindigkeit, mit der sich das Programm so positiv entwickelt, hat die hohen Erwartungen von Samsung deutlich übertroffen.

AVantgarde hat in nur zwölf Monaten aus dem Stand 200 Partner überzeugen können. Bei der Vorstellung des Programms im Herbst 2013 waren zwei Gründungspartner an Bord – darunter die renommierten Reisenberger Galerien in München.

## Maßgeschneidert für den Fachhandel

Entgegen dem allgemeinen Markttrend besteht im Premium-Segment von TV-Geräten großes Wachstumspotenzial. Gerade in der Beratung anspruchsvoller Kunden kann der stationäre Fachhandel seine Kompetenz ausspielen. Das AVantgarde Konzept gibt Handelspartnern ein maßgeschneidertes Paket aus Vertriebs-, Marketing- und Serviceleistungen an die Hand, um diese Absatzchancen bestmöglich zu nutzen.

In Vertriebsfragen profitieren Partner unter anderem durch die bevorzugte Beratung von speziellen Samsung Ansprechpartnern, exklusive Produkttrainings, eine separate Service-Hotline und priorisierte Bestellungen. In puncto Marketing können AVantgarde Fachhändler in einem eigenen Bereich der Samsung Partner Lounge auf gesonderte Werbevordlagen zugreifen, erhalten individuelle Shop-Displays sowie umfangreiche Unterstützung bei Sonderveranstaltungen. Damit die Fachhändler auch mit einer hohen Servicequalität punkten können, stellt Samsung Leihgeräte zur Verfügung, falls einmal eine Reparatur nötig sein sollte.

## Samsungs erfolgreiches Fachhandelskonzept AVantgarde

Der spezialisierte Fachhandel bildet für Samsung weiterhin eine zentrale Säule, um die attraktiven Marktchancen des Premium-Segments im Bereich TV, Audio und Video bestmöglich zu adressieren. Um dieses Potenzial optimal mit dem Fachhandel nutzen zu können, baut Samsung „AVantgarde“, das Vorteilsprogramm für besonders qualifizierte Handelspartner, konsequent aus. Seit dem Start im Herbst 2013 haben sich bundesweit bereits über 200 Partner entschieden, dem Kreis der „AVantgardisten“ beizutreten.



*Samsungs exklusives Fachhandelskonzept AVantgarde hat in kürzester Zeit viele neue Vertriebspartner hinzugewonnen, die von den Vorteilen des Programms überzeugt sind.*

## Exklusive Promotion-Aktionen

Mit regelmäßigen Aktions-Angeboten, die insbesondere die Premium-Produkte des AV-Elite und AVantgarde Programms umfassen, können Partner zusätzliche Kaufanreize schaffen. So bieten teilnehmende AVantgarde Partner aktuell mit der Bundle-Aktion „Zusammen ein Erlebnis“ ein attraktives Angebot aus TV und Smartphone. Endkunden, die sich noch bis zum 7. Juni 2015 für ein Aktions-TV-Modell entscheiden, erhalten ein Samsung Galaxy S5 oder Galaxy S5 mini kostenlos dazu.