

UDNYTTER DU SALGSPOTENTIALALET HELE ÅRET?

INSPIRATION TIL DISPLAY OG POS I 2023



FORBRUGERADFÆRD



KAMPEN OM KUNDERNES OPMÆRKSOMHED I 2023

Den hårde kamp om kunderne i dagligvarehandlen fortsætter med at være hård i 2023. Forbrugertilliden befinder sig på et historisk lavpunkt, kriserne står nærmest i kø, og det smitter alt sammen af på købsadfærden. Nye indkøbsmønstre ser dagens lys, og det kræver mere end nogensinde før, at nutidens brands sætter hårdt ind for at tiltrække forbrugernes opmærksomhed på butiksgulvet. Ellers kan slaget hurtigt være tabt til nye udfordrere og salgskanaler - herunder private label og E-commerce.

Det handler altså om at promovere sine brands på en måde, der både fanger forbrugernes opmærksomhed og flytter varerne ned i indkøbskurven. Hvis din udstilling kan få forbrugeren til at tage de berømte sidste tre skridt over til dit brand, er du allerede godt på vej. Det er faktisk bevist, at effektive Display- og POS-løsninger kan lede til salgsstigninger på ca. 24%*, ligesom det effektivt iscenesætter og styrker branding.

Hos DS Smith er vi netop eksperter i at udvikle effektive løsninger inden for Display og POS, der samtidig har fokus på bæredygtighed. Med denne brochure, vil vi gerne forsøge at vække lidt inspiration til forskellige løsninger, så vores kunder kan udnytte sit salgspotentiale hele året rundt i dagligvarehandlen og skabe en øget bundlinje.



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

PÅSKE 2023

PÅSKE

Næst efter julen, er påskedagene den periode på året, hvor vi danskere køber mest ind til frokoster og sammenkomster med venner og familie. Det er ikke mindst kategorierne inden for mad, drikke og konfekture, hvor salget boomer i de dage.

i Kan produceres med eller uden hjul. Mulighed for skiftbar branding, så løsningen kan bruges til flere lejligheder.



HAVESÆSON



BRUG FORMER

Runde former opfattes som venlige og varme. Skab en hyggelig og differentiér dig fra konkurrenterne gennem mere utraditionelle POS-former.

Havesæsonen varer det meste af året og indebærer en bred vifte af kategorier rundt omkring i landets mange havecentre og byggemarkeder. Det giver en god mulighed for at promovere brands i løsninger af forskelligt materiale, fx med et rustikt look.!

MORS DAG



FARS DAG

MORS DAG & FARS DAG

Mors dag er efterhånden blevet en udbredt kommerciel forbrugsfest i Danmark, mens fejringen af Fars dag ikke har haft lige så meget vind i sejlene. Den er først nu rigtigt ved at slå an herhjemme, til trods for at mærkedagen markeres over hele verden. Begge dage er perfekte anledninger til at fange forbrugernes opmærksomhed med flotte og inspirerende udstillinger inden for mange kategorier.



FLEKSIBEL KAMPAGNELØSNING

Løsninger der kan fungere til flere temaer og begivenheder årligt og stadig skabe "WOW"-effekt, med nyt grafik og skilt

GRILLSÆSON

GRILLSÆSON

Danmark er i de seneste år for alvor blevet et grill-land, hvor det både handler om at have det rigtige udstyr, kunne disse op med nye og inspirerende retter over ilden samt servere de rigtige drikkevarer til det hele. Derfor ser man også prædikament "velegnet til grill" brede sig til mange kategorier, så snart sommeren nærmer sig. Det er en mulighed for at lave flotte udstillinger til stort set alt, der gør en aften i haven eller på terrassen ekstra hyggelig.

i 3D-effekt, med add-on skilte kan skabe blikfang.



KONCERTER & FESTIVALER

KONCERT & FESTIVALER

Forår og sommer er højsæson for udendørs koncerter og festivaler. Efter nogle triste år med Corona, er der for alvor kommet gang i festen igen, og det mærker man tydeligt over land og by. Det er en oplagt mulighed for at lave tiltrækkende udstillinger med alt det, der bidrager til festen.



STUDENTERFESTER OG FEJRINGER



Studenterdimission

Den velkendte studentervogn er en kreativ mulighed for kampagnesalg. Eksemplet her består af 4 stk. kvartpalle-display og svøb formet som en markise, alt lavet i bølgepap. Løsningen giver mulighed for produktexponering fra begge sider af vognen og løsningen kan skaleres.

SKOLESTART



Skolestart

Dette innovative design viser to reel-display med hylder, kan laves i forskellige materialer og størrelser. en potal der kobler reolerne sammen og skaber et lille "købsunivers" i butikken.

SPORT

i

Denne type løsninger er skalerbare og kan nemt laves, så det passer til jeres behov



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN

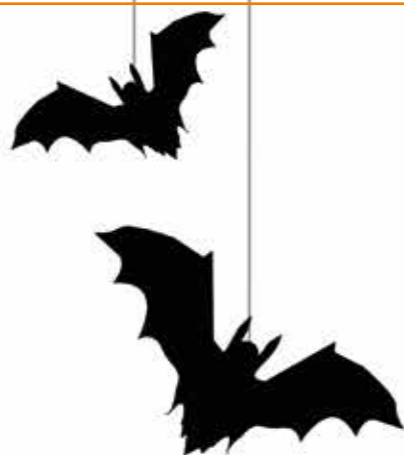


SPORTS BEGIVENHEDER

Det nye år byder endnu engang på et væld af forskellige sportsbegivenheder, som fx VM i Ishockey, VM i fodbold for kvinder og Champions League, der alt sammen tiltrækker fans i alle aldersgrupper. Der er således rig mulighed for at hoppe med på vognen og lave iøjnefaldende udstillinger, der appellerer til et bredt publikum.

i

HALLOWEEN



BRUG BUTIKKEN

Understøt din kampagne og differentiér dig fra konkurrenterne gennem utraditionelle POS-former, såsom figurskilte, hængeskilte og floorsickers mm.



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN



BLACK FRIDAY

Er ikke alene verdens største tilbudsdag, det er efterhånden også blevet en årlig event, der strækker sig over en længere periode. Det er en oplagt mulighed for at køre kampagneløsninger, der egner sig til at flytte en masse varer ude på butiksgulvet

JUL



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



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN

JULE AFTEN



JULENS HØJTID

For mange FMCG-brands er julen den helt store højtid. Forvent en periode med masser af trængsel og alarm i butikkerne, hvor synlighed og kreative løsninger betyder alt, hvis dine brands skal med hjem til de mange sociale arrangementer, der ligger i julemåneden.

NYTÅR

NYTÅR

Nytåret hører for mange FMCG-brands til ét af årets absolutte højdepunkter i den danske dagligvarehandel, hvor der for alvor kommer noget ned i indkøbskurven. Derfor er det også én af de travleste dage i butikkerne, hvor kampen om kundernes opmærksom for alvor skal stå sin prøve. For mange brands er det ganske enkelt knald eller fald. Derfor er det også desto mere vigtigt, at ens udstillinger skaber synlighed og interesse



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN

SUND JANUAR



SUND JANUAR

Det nye år sparkes for mange danskere i gang med et nytårsforsæt om en sundere livsstil og ønsket om at holde en pause fra fx alkohol og de fede sager. Det er en oplagt mulighed for brands med fokus på fx helse og fitness at positionere sig ude i dagligvarehandlen med kreative løsninger, der understøtter den sunde livsstil.

VALENTINSDAG



VALENTINSDAG

Valentinsdag giver en oplagt mulighed for at positionere produkter på en mere eksklusiv måde gennem gaveæsker og POS. Eksemplet her viser et fleksibelt trædisplay med forskellige top og bundskilte. (Trædisplay kan laves i bejset træ - andre sorter etc.)

CANDY FAIR



WINTER



SPRING



SUMMER



AUTUMN



CANDY FAIR

Salling Group afholder årligt begivenheden "Candy Fair" i Bilka-butikkerne, som består af palle- og hyldepladser. Salling Group har høje forventninger til deres leverandørers POS-materiale. Denne kreative bølgepap udstilling i bølgepapviser, hvordan man kan appellere til den barnlige sjæl og leg i butikken gennem en POS-konstruktioner bestående af et skib med hylder, mast og ror bagpå, floorsticker med vand og standee med sørøver - til billedtagning. Alt sammen i bølgepap.



FORBRUGERADFÆRD

Hurtige og hyppige indkøb

Danskerne hyppighed af indkøb er stadig uændret på trods af de seneste års kriser. Det så man tydeligt under Corona-pandemien, hvor de daglige indkøbsture i dagligvarehandlen ikke blev forsømt. Til gengæld bruger vi i dag mindre tid på indkøbene.

50% handler ind mindst tre gange om ugen.

16% handler ind hver dag.

66% bruger under 20 minutter på indkøb.

De hyppige indkøbsture kombineret med kortere indkøbstid stiller nye krav til at fange forbrugerens opmærksom i butikken.



Din mulighed

Benyt Display og POS-løsninger til at øge synlighed og navigationen til din kampagne. Floorstickers, loftskilte og portaler kan være måder, du kan bryde igennem støj i butikken.



*Kilde: Retail Institute Scandinavia 2020

FORBRUGERADFÆRD

Din mulighed

Brug viden om menneskelig psykologi og købsadfærd til at designe anderledes og mere effektive Display og POS-løsninger. F.eks. bliver vi naturligt draget af visuelle effekter som kontraster i farver, orientering og bevægelse.

Bæredygtighed

Danskerne ønsker stadig en mere klimavenlig livsstil:

81% mener, de kan gøre en forskel gennem deres indkøb.

47% siger, at det er vigtigt, at produkter er produceret miljø- og klimavenligt.

60% af Generation Y vil betale mere for etisk korrekt producerede varer.

Der er dog desværre stadig et "gap" imellem danskernes ønsker og indkøbsvalg.

Din mulighed

Engager og oplys forbrugerne gennem Display og POS-løsninger. F.eks. trykte QR-koder på displays og andet POS-materiale, hvor der informeres om ens indsatser inden for bæredygtighed, certificeringer m.m.

Impulskøb

De hyppige butiksbesøg afspejler en kort planlægningshorisont hos danskerne. De er i høj grad impuls købere.

27% spiser mere end halvdelen af den mad, de køber samme dag.

Behovet for nemme madløsninger og inspiration vokser derfor fortsat. Forbrugere er stadig let påvirkelige og kan hurtigt ændre deres købsbeslutninger i butikken.



*Kilde: Retail Institute Scandinavia 2020

KONTAKT OS

Display & POS

Hør mere om, hvordan vi bedst hjælper jer med bæredygtige og effektive løsninger inden for Display og POS

Display & POS Jylland

Ring til os:

+45 72 14 98 00

Eller besøg os:

Bødkervej 3
7100 Vejle

display@dssmith.com

Display & POS Sjælland

Ring til os:

+45 72 14 98 00

Eller besøg os:

Husby Allé 8
2630 Taastrup

display@dssmith.com

Få endnu mere inspiration til spændende løsninger inden for **Display og POS** her:



BESØG VORES WEBSITE PÅ:

<https://www.dssmith.com/da/produkter-services/displays>

FØLG OS PÅ:

<https://www.linkedin.com/company/ds-smith/>

