



## **|** INSPIRATION DURCH MARKE

Wanzl Store-Konzepte schaffen neue Einkaufswelten





## | AUF ENTDECKUNGSTOUR

Customer Experience  
made by Wanzl





■ **Neu gestalteter Würth-Flagship-Store** in Kamp-Lintfort: klare Orientierung, intelligent platzierte Kaufanreize und hohe emotionale Wohlfühlfaktoren: Das sind die drei Säulen stimmiger Customer Experience. Store-Konzepte von Wanzl integrieren zeitgemäße Ansprüche an die Neugestaltung bestehender oder neu zu planender Storekonzepte in ein stimmiges Markendesign.

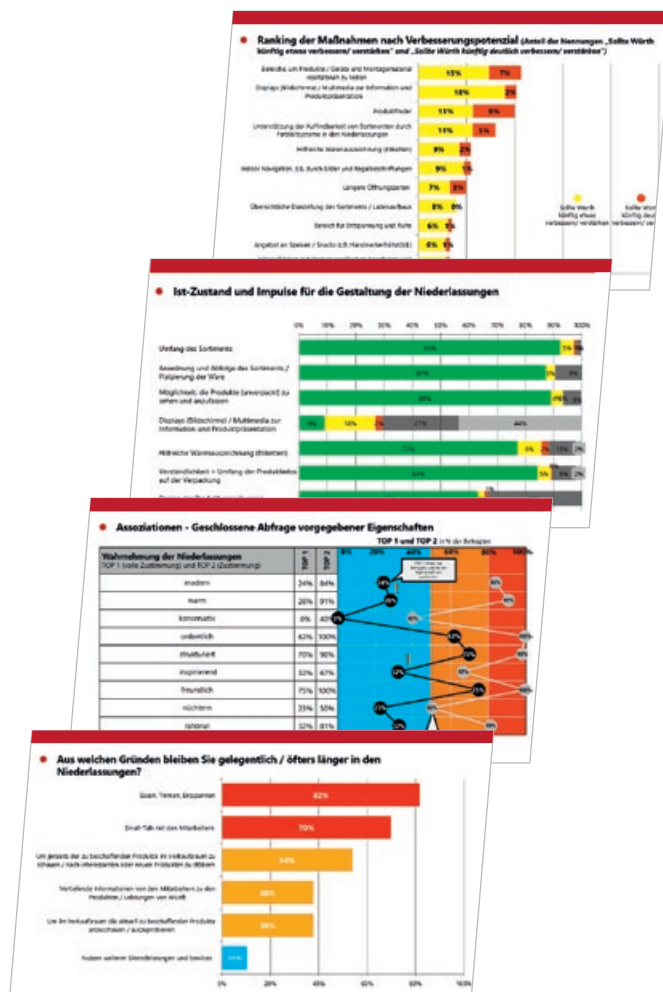
Entscheidend dabei ist, dass die Wünsche und Bedürfnisse der jeweiligen Kundenzielgruppen umriss-scharf erfasst werden. Diese stellen wir in Marktforschungsstudien fest und tragen sie dann bis in die Designplanung weiter. Produkte und Leistungen werden dabei zu kundengerechten Service- und Produktgruppen zusammengefasst und bis zum Check Out in eine lebendige Bilder- und Erlebnisfolge gebracht. Der Kunde sucht nicht nur das Vertraute – er entdeckt auch das Neue für sich!

# / DEN KUNDEN ERKENNEN

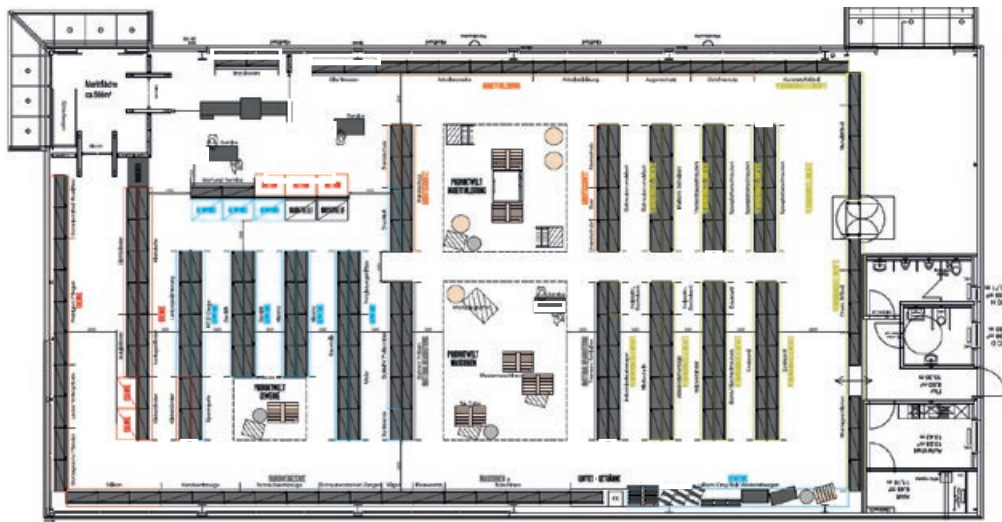
## Umfassende Analysen – stimmige Konzepte

■ **Wer die Bedürfnisse** seiner Kunden ansprechen will, muss sie zunächst (er-)kennen. Folgerichtig geht jeder Neukonzeption eine tiefgreifende Marktanalyse voraus. Mit welchen Erwartungen kommt der Kunde an den POS? Wie trifft er seine Kaufentscheidungen? Wie lässt sich der Weg zur gesuchten Ware durch weitere Zusatzangebote ergänzen?

Weitere Ergebnisse liefert uns die Analyse der Wettbewerber: Was lässt sich daraus lernen, und was können wir verbessern? In der Sortimentsanalyse konkretisieren wir diese Ergebnisse: Der Kunde hat nun einen klaren Pfad vom Ist-Zustand zur Neukonzeption vor Augen!











## / EINKAUF IST EMOTION

Customer Experience:  
Von der Erfahrung zur Inspiration

■ **Das neu gestaltete Filialdesign** des Würth-Flagship-Store in Kamp-Lintfort bringt die Stärken einer gezielten Visual-Merchandising-Konzeption auf inspirierende Weise zum Ausdruck. Der Einkauf geht hier weit über den gewöhnlichen „Suchen-Finden-Kaufen-Prozess“ hinaus und wird als ganzheitliches Erlebnis inszeniert, bei dem die ursprüngliche Kaufabsicht mit weiteren Angeboten befeuert wird. Im Mittelpunkt der Designneukonzeption steht dabei die Emotionalisierung des Erlebnisses („Einkaufstour“) verbunden mit einer kundenoptimierten Präsentation des Sortiments und einer deutlichen Ausweitung von Serviceleistungen.





Für das Redesign der Würth-Filiale war die Neudefinition der Käufer-Verkäufer-Beziehung Ausgangspunkt der Konzeption. Würths Rolle wurde dabei vom bloßen Verkäufer von Montage- und Befestigungsmaterialien zum „Partner für Handwerker-Profis“ erweitert. Entsprechend dieser neuen Rolle werden die Artikel via Shop-im-Shop oder im zentralen Showrooming-Areal möglichst gehalt- und stilvoll präsentiert. Dazu wird auch die Farb- und Formgestaltung in dem vom Kunden gewählten Design angepasst. ➤





Von Würth zur „Würthsphere“ in wenigen Schritten: Mit Wanzl ist der Übergang vom ausgereiften Konzept zur Umsetzung reine Formsache. Ausgehend von der Wettbewerber- und Sortimentsanalyse bis zur Einrichtungs- und Designplanung bieten wir sämtliche Produktbausteine an, die Sie für eine erfolgreiche Realisierung benötigen.

Wählen Sie Ihre Komponenten aus unterschiedlichen Programme mit einer Vielzahl von Einrichtungsmodulen, die Sie ganz nach eigenem Wunsch kombinieren können!

↓ GONDELKÖPFE ALS ORIENTIERUNGSHILFE



↑ DURCHGÄNGIGKEIT ALS PRINZIP  
→ EINGANGSBEREICH: „HANDWERK“ IST LEITMOTIV







- ↑ EINLADENDE MARKENKONZEPTION
- ← KONZENTRIERTE PRODUKTPRÄSENTATION – GROSSZÜGIGE AUSLEGUNG



- ↑ ÜBERLEGTE WANDGESTALTUNG



YOUTUBE-VIDEO



# / BESUCHEN SIE UNS WIEDER!

Check-out für das nächste Check-in

■ **Helles Betongrau** für Boden und Wände lässt reichlich Raum für individuelle Akzentsetzungen. Warenpräsentationen im Stahl-Look bilden dazu einen lebendigen Kontrast, ebenso wie die Angebotsschilder, Rahmendeckenelemente und Mini-Container im Würth-Rot.

Die Einrichtung neuer Servicetische und einer Getränkebar erweitern den Raum für Kundenkommunikation, denn sie sorgen dafür, dass die Store-Besucher leichter und schneller als bislang mit den Filialmitarbeitern ins Gespräch kommen.



↑ RAUMDESIGN FÜR HANDWERKERPROFIS  
→ CHECK-OUT ALS PLATTFORM ZU  
KUNDENKOMMUNIKATION









BESUCHEN SIE  
UNS AUF

[www.wanzl.com](http://www.wanzl.com)



## DEUTSCHLAND

**Wanzl GmbH & Co. KGaA**

Rudolf-Wanzl-Straße 4  
89340 Leipheim

Phone +49(0) 82 21 / 7 29-0

Fax +49(0) 82 21 / 7 29-1000

[info@wanzl.com](mailto:info@wanzl.com)

[www.wanzl.com](http://www.wanzl.com)

## ÖSTERREICH

**Wanzl Gesellschaft mbH**

Fachmarktstraße 10  
2334 Vösendorf

Phone +43(0) 1 / 616 25 46

Fax +43(0) 1 / 616 25 46 20

[wanzl.at@wanzl.com](mailto:wanzl.at@wanzl.com)

[www.wanzl.com](http://www.wanzl.com)

## SCHWEIZ

**Wanzl (Schweiz) AG**

Industrie Hegi 2  
9425 Thal

Phone +41 (0) 71 / 886 90 10

Fax +41 (0) 71 / 886 90 15

[info.ch@wanzl.com](mailto:info.ch@wanzl.com)

[www.wanzl.com](http://www.wanzl.com)