

*Produkte inszenieren –  
attraktive Einkaufserlebnisse schaffen*





DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT ...

# Waren präsentieren Menschen begeistern



Der Wettbewerb im Einzelhandel wird härter, und das nicht erst durch den Online-Handel. Kurz gefasst: die Ansprüche der Kunden sind gestiegen – und steigen weiter.

Jeder weiß: das Auge isst mit – es kauft aber auch mit. Die optimierte Gestaltung ihres Geschäfts und die dazu passende Warenpräsentation in den Verkaufsräumen ist da absolut entscheidend.

Mein professionell umgesetztes Visual Merchandising sorgt bei ihnen für ein kompetentes und authentisches Erscheinungsbild.

Mit *FORMgefühl* schaffen wir eine positive Einkaufsatmosphäre und einen optimalen und logischen Überblick über ihr Sortiment und ihre Produkte: Hier kauft Frau und Mann gern ein!

Im Fokus aller Maßnahmen steht die Steigerung des Absatzes. Denn durch ein gemeinsam umgesetztes Visual Merchandising erhöhen wir die Attraktivität ihres Geschäfts und damit die Anzahl, die Verweilzeit und die Wiederholungsbesuche ihrer Kunden: Kommen, wieder kommen, wieder kaufen.

# Wer bin ich ?

(...the silent salesperson)



Nur wer Mode kennt und liebt, weiß, wie man sie richtig inszenieren kann...

Nach meinem Studium zur Modedesignerin arbeitete ich bei Marken wie Gin Tonic, Mauritius und Mamamia Kindermoden. Der nächste Schritt folgte dann als Filialleiterin im Einzelhandel bei Esprit/Modemessner und im Flagshipstore Breuninger in Stuttgart, bis ich meine Profession als Visual Merchandiserin fand: bei Esprit und Luxusmarken wie Ralph Lauren und Giorgio Armani.

Insgesamt kann ich auf mehr als 16 Jahre Berufserfahrung in der Welt der Mode zurückblicken, mit verschiedensten Stationen im In- und Ausland. Vom Design bis zum Einzelhandel und Visual Merchandising kenne ich mich in Bereichen wie der Bekleidung von Herren, Damen und Kindern, aber auch mit Accessoires, Schuhen und Schmuck bestens aus.

Diese Erfahrungen und Kompetenzen möchte ich nun gerne weitergeben.

## *Diana Mosler*

Ich lebe im wunderschönen Schiltach  
im mittleren Schwarzwald.

Mit meinem Ehemann und meinen beiden Zwillingen  
habe ich hier mein Glück gefunden.

Mein Trendgefühl, die Freude an der textilen  
Wareninszenierung und meine Erfahrung bestimmen  
meinen Traumberuf.



# Was ist Visual Merchandising ?

## Was heißt was?

**Fascination Points** – sie sollten als besondere „Highlights“ des Warenangebots ins Blickfeld des Kunden gelegt werden und diesem überdurchschnittliche Attraktivität signalisieren.

**Housekeeping** – bezieht sich auf alle Arten, das Geschäft für den Kunden attraktiv und ansprechend zu gestalten.

**Promotion** – alle Maßnahmen der planmäßigen, bewussten Gestaltung von Informationen zum Zweck der Beeinflussung von Wissen, Einstellungen, Erwartungen und Verhaltensweisen der Zielgruppen.

**POS** – der **Point Of Sale** ist der Ort des Warenangebots, an dem der Kunde unmittelbaren Kontakt mit der Ware hat und somit gezielt mittels Maßnahmen der Verkaufsförderung angesprochen werden kann.

## Kaufen oder Nicht-Kaufen, das ist hier die Frage...

Auswahlentscheidungen und Kaufprozesse finden ganz häufig spontan statt. Hier spielen unterschiedlichste Aspekte eine Rolle. Nicht alle davon kann man beeinflussen – aber viele: Denn letztlich entscheidet der Mensch „aus dem Bauch heraus“. Wir reden hier von Emotionen: was wirkt wie auf den Kunden?

Mit anderen Worten: Nicht alles, was man anziehen kann, ist auch anziehend präsentiert. Hier kommt Visual Merchandising ins Spiel. Das Ziel: durch eine attraktive Gestaltung des POS den Kunden direkt vom Schaufenster in die Umkleidekabine zu führen, Kaufprozesse anzustoßen und somit den Absatz gezielt und erfolgreich zu fördern.

**Visual Merchandising** (engl. für „visuelle Verkaufsförderung“) bezieht sich auf **alle Arten, Wege und Möglichkeiten, Produkte bestmöglich in Szene zu setzen** – und ist so ein Schlüsselfaktor für Erfolg und Umsatzsteigerung im stationären Handel. Dabei werden verschiedenste Faktoren berücksichtigt wie:

- Außen- und Wandgestaltung
- Windows/Fascination Points und Mannequins
- Ausstattung und Mitarbeiter
- Sauberkeit, Beleuchtung, Gerüche und Akustik
- Auslage/Angebot mit entsprechender Warenauszeichnung

*Stellen Sie sich  
auch folgende  
Fragen ...  
?*

- ❑ Wie kann ich meine Umsätze steigern?
- ❑ Gibt es Probleme im Abverkauf meiner Ware?
- ❑ Bin ich zufrieden mit meiner Waren- und Schaufensterpräsentation?
- ❑ Habe ich neue oder ungeschulte Verkaufsmitarbeiter?
- ❑ Kenne und verstehe ich meine Kunden? (Kundenanalyse)
- ❑ Wie kann ich mein Unternehmen von Mitbewerbern abgrenzen?
- ❑ Steht ein Umbau oder eine Verkaufsraum-Optimierung an?
- ❑ Wie kann ich eine erfolgreiche Verkaufsfläche gestalten und ein positives Einkaufserlebnis schaffen?

Seien Sie ganz beruhigt: Mit diesen Fragen sind Sie nicht allein.  
Mit meiner Erfahrung, Kreativität und Flexibilität finde ich für Sie und  
mit ihnen gemeinsam individuelle und umsetzbare Lösungen.



# 1

## *Ihre Schaufenster – Konzeption und Gestaltung*

Faszination und Aufmerksamkeit – das erfolgreiche Schaufenster kommuniziert mit dem Kunden. Ihre Schaufenster sind der erste Kontakt zu ihrem potenziellen Kunden.

Ich unterstütze sie bei der Konzept-Entwicklung und optimalen Umsetzung ihrer wertvollsten Fläche. Mit Emotionen, Stil und der Darstellung ihrer Sortimentsvielfalt wecken wir Begehrlichkeit.

Gemeinsam entwickeln wir so Ideen, um die optische Visitenkarte ihres Geschäfts zu inszenieren.

Wann und wie oft eine solche Beratung und Umgestaltung stattfinden soll, hängt ganz von ihnen ab.

Mögliche Optionen sind zum Beispiel:

- als regelmäßiges Intervall zum Schaufensterwechsel
- vor Events oder zu speziellen Promotionen
- zum Saisonwechsel



## 2

## *Ihr Verkaufsraum – Rückwände*

Rückwände transportieren weithin sichtbar eine Abteilungs- oder Markenbotschaft. Sie zeigen ihrem Kunden, was im jeweiligen Bereich zu erwarten ist und vereinfachen die Orientierung um ein Vielfaches.

Mit meinem Knowhow helfen ich ihnen, ihre Rückwände neu zu gestalten. So wird der Warenaufbau optimiert – strukturiert und abverkaufstark.

Wann und wie oft eine solche Beratung und Umgestaltung stattfinden soll, hängt ganz von ihnen ab.

Mögliche Optionen sind zum Beispiel:

- im regelmäßigen Turnus zum Integrieren von Neuware und Updates anhand des vorhandenen Warendrucks
- vor Events oder zu speziellen Promotionen
- zum Saisonwechsel



# 3

## *Ihr Verkaufsraum – Mittelraum und Fascination Points*

Eine geschickte Verkaufsräumeaufteilung und der Aufbau von Fascination Points bewirken eine hohe Kundenzirkulation und erhöhen somit die Frequenz und Verweildauer des Kunden.

Mit meiner Erfahrung und Kreativität gehen Kunden in ihrem Laden ab sofort die richtigen Wege.

Durch regelmäßige Drehung der Ware wird ein ständig neues Bild erzeugt, um neue Kunden zu gewinnen, die bestehende Stammkundschaft weiter zu inspirieren und somit den Umsatz nachhaltig zu steigern.

In gemeinsamer Absprache setzen wir starke Attraktionspunkte und schaffen eine optimale Gestaltung ihres Mittelraums.

Wann und wie oft eine solche Beratung und Umgestaltung stattfinden soll, hängt ganz von ihnen ab.

Mögliche Optionen sind zum Beispiel:

- als festes Besuchsintervall zum Update der Fascination Points und Neubestücken der Mittelraum-Möblierung anhand des vorhandenen Wareendrucks
- vor Events oder zu speziellen Promotionen
- zum Saisonwechsel



## 4

## Housekeeping

Sich einfach wohlfühlen – ein solches Gefühl kann man nicht auf Knopfdruck erzielen, vielmehr sind es viele kleine Stellschrauben wie: Beleuchtung, Struktur, Beschilderung, Gerüche, Akustik, Ordnung und Sauberkeit.

Die abgestimmte und harmonische Kombination dieser Elemente geben ihrem Geschäft seine individuelle Atmosphäre. Meine Philosophie ist es, eine Balance zwischen optimaler Warenpräsentation und gepflegter Einkaufsumgebung zu schaffen.

Mit meiner langjährigen Erfahrung kann ich ihnen viele hilfreiche Tipps und Tricks mit auf den Weg geben.

In Verbindung mit der Gestaltung ihrer Verkaufsräume biete ich ihnen zudem auch das passende & individuelle Preis- und Aktionsbeschilderungsmaterial an.



# 5



## *Inszenieren & verkaufen*

Die Ware im Geschäft optimal zu inszenieren und erfolgreich zu verkaufen, das ist die besondere Herausforderung für die Mitarbeiter auf ihrer Verkaufsfläche. Manche sagen, zum Verkäufer müsse man geboren sein. Sicher – eine grundlegende Sympathie im Umgang mit Kunden sollte gegeben sein. Dennoch gibt es ganz viele Dinge, die man mit einfachen Methoden verbessern kann.

Mit meinem vielfältigen Schulungs- und Trainingsangebot erwerben Sie und ihre Mitarbeiter essentielle Kenntnisse über moderne Verkaufsstrategien, Saison-trends, Qualitäts- und Textilkennnisse.

Die Schulungen finden in ihren Verkaufsräumen statt und sind individuell auf ihr Warensortiment und ihren Saisonrhythmus abgestimmt.

Wann und wie oft eine solche Schulung stattfinden soll, hängt ganz von ihnen ab.

Mögliche Optionen sind zum Beispiel:

- als zusammenhängender Schulungsblock bestehend aus Verkaufstraining, Qualitäts- und Textilschulung, neueste Saisonrendenschulung und Motivationsbildung.
- als Einzelbuchung im Rahmen eines vielfältigen Schulungsprogramms

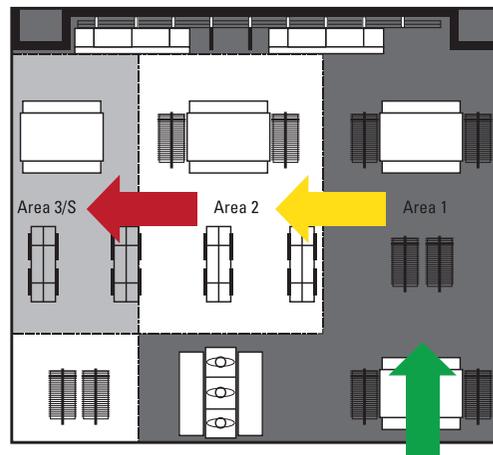


## Flächenmanagement

Ein gutes Zusammenspiel zwischen Einkauf, Verkauf und Ausverkauf sind entscheidende Voraussetzungen für ein gelungenes Gesamtkonzept.

Ich berate und unterstütze Sie gerne auch in folgenden Bereichen:

- Kunden- und Zielgruppenanalyse
- Abverkaufsmanagement
- Einkaufsberatung für den Händler zu Orderzeiten
- Freelance: als Unterstützung ihres bestehenden VM Teams zu Spitzeneinsatzzeiten



## Kontakt

Ich freue mich darauf, Sie, ihre Mitarbeiter und ihre Verkaufsfläche kennenzulernen.



Diana Mosler



Tannenstraße 23  
D-77761 Schiltach

**T** +49. 78 36. 68 64 84 9

**M** +49. 159. 03 05 73 92

mosler@[formgefuehl-vm.de](mailto:mosler@formgefuehl-vm.de)



... DER LETZTE EINDRUCK BLEIBT.  
AUF BALD!