

Klausur Warenpräsentation WS 00/01

1. Designelemente des Corporate Design
2. Was ist die Wahrnehmungstheorie ? Ausführlich erklären !
3. Welche Konsequenzen zieht man für den TEH aus dieser Wahrnehmungstheorie ?
 - ?? Kleine Dinge vor die Nase halten
 - ?? Große Dinge mit Abstand betrachten
 - ?? Warenträger nicht zu hoch = Arena Prinzip
 - ?? Bilder begrenzen (nicht zu breit)
 - ?? Schemenhafte Präsentation
 - ?? Senkrechte Darstellung der Farben
 - ?? Waagerechte Präsentation der Formen
 - ?? Raum begrenzen, nicht größer wie das mögliche Sehfeld des Menschen !
4. In welche 3 Bereiche gliedert sich die Warenpräsenz ?
 - ?? Spontankaufbereich
 - ?? Shoppingbereich
 - ?? Plankauf- / Zielkaufbereich
5. Welche Bereiche ziehen Sie mit ein, um die Kaufraumatmosphäre gezielt zu gestalten ?
 - ?? Verkehrszonen
 - ?? Fascinationspunkte
 - ?? Aktionszonen
 - ?? Zonen der Warenpräsentation
 - ?? Anbindung von Nebenräumen
 - ?? Passagen/Eingangszonen
6. Nenne 2 Arten von Fascinationspunkten !
 - ?? Warenbezogene, dienen zur direkten Verkaufsförderung
 - ?? Nicht warenbezogene, dienen der Stil- und Imageprägung
7. Wie vollzieht sich die klassische Warengruppenanordnung ?

Das Sortiment wird so dargestellt, daß die Gesamtauswahl den Konsumenten überzeugen soll, setzt jedoch Vollbedienung voraus

8. Was gibt es noch für eine Warengruppenanordnung und wie vollzieht sich diese ?

Die Lifestyle Typologie, die sich zur Ansprache der jeweiligen Konsumgruppe und Erstellung von Warenbündelungen eignet. Warenbündel, die besonders perfekt die Situation darstellen, in der die Ware zum Einsatz kommt (Aufzeigen von Trageeigenschaften usw.)

9. Was ist der Unterschied zwischen Präsentationsart- und Methode ?

?? Methode lässt auf Verkaufspsychologie schließen. Wie präsentiere ich ? (gehängt, gelegt, verpackt...)

?? Art strahlt mehr Fachkompetenz aus. Nach was präsentiere ich ? (Farbe, Stil, Marken, Preis, Größe...)