

REINBOLDROST

MARKTLEITERUMFRAGE



Zweitplatzierung im LEH

Wann hat ein Produkt/Marke Chance auf eine Zweitplatzierung?
(Mehrfachnennung möglich)



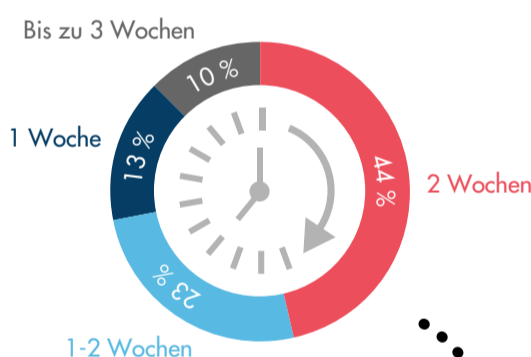
Wann werden Zweitplatzierungen abgelehnt?



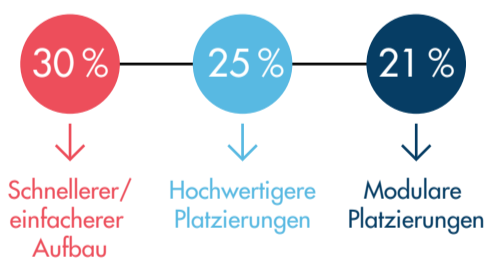
Wann ist die Zweitplatzierung erfolgreich?



Durchschnittliche Standzeit von Zweitplatzierungen:



Welches Optimierungspotenzial sehen Marktleiter für Zweitplatzierungen?



Geräuschelemente werden von **64%** als **NICHT VERKAUFSFÖRDERND** empfunden.

26% empfinden die Kommunikative Unterstützung von **Lichtelementen** als **POSITIV**
(26% hatten keinerlei Erfahrung damit).

97% der Märkte kümmern sich selbst um die **AUFSTELLUNG UND BETREUUNG** von Zweitplatzierungen.

Ausgewählte Marktleiter-O-Töne:

„Zweitplatzierungen sollen Impulse auslösen. Der Effekt wird mit jedem Tag kleiner.“

„Kurze Standzeiten minimieren die Kapitalbindung und der Kunde bekommt immer ein neues Erlebnis.“