

Pressemitteilung

7. Mai 2009



Philips Arena 5./6. April 2009, Cham

„Jetzt erst recht – der Kunde im Zentrum“ – Unter diesem Motto führte Philips Schweiz die alljährliche „Philips Arena“ durch, um dem Handel die neusten Trends und Geräte zu präsentieren.

In Ergänzung zur Gerätepräsentation wurden in verschiedenen Workshops aber auch wichtige Themen rund um das eigentliche Produkt diskutiert. „In Zeiten allgemeiner Zurückhaltung der Konsumenten genügt es nicht mehr, allein die besten Produkte von starken Marken im Sortiment zu haben“, war die Aussage von Ruedi Haeny, Leiter Consumer Lifestyle Electronics. „Die Leistung der Verkaufsberater ist gefragter denn je, denn unzufriedene Kunden bemerkt man nicht, sie kommen einfach nicht wieder“ so Haeny weiter.

Werner Knutti, Managing Partner SmartConcept hat in seinem Referat grundsätzliche Überlegungen zu allen Fragen und Problemlösungen rund um erfolgreiche Kundenbeziehungen dargestellt und auf das wohl wichtigste Differenzierungsmerkmal eines jeden Händlers hingewiesen.

Rationale Kriterien wie das Angebot, der Preis, die Werbung, der POS bilden die Basis, jedoch sind es die emotionalen Kriterien, die den Unterschied ausmachen und Interessenten zu Kunden werden lassen.

Nach dem Grundsatz: Nur was gemessen wird, kann verbessert werden, wurde dem Schweizerischen Fachhandel dann die Methodik Mystery Shopping vorgestellt.



Neuste Produkte werden vorgestellt



Werner Knutti, Smart Concept AG



Angeregte Diskussionen in der Pause

Weitere Informationen zu Mystery Shopping erhalten Sie unter:

Smart Concept AG
Herr Werner Knutti
Bankstrasse 6
8610 Uster
Telefon 044 980 43 43
Fax 044 980 43 46
info@smartconcept.ch
www.smartconcept.ch

Diese Meldung ist auch unter www.smartconcept.ch in der Rubrik „Presse“ abrufbar.