

# Få nya perspektiv och vinn slaget om Shoppern i butik

Inspirations-  
föreläsningar  
om Shopper  
Marketing

## Dags för nya perspektiv och kunskap?

Vi erbjuder korta men välfyllda föreläsningar på mellan 30-45 minuter styck.

- Passar till kick-off, på konferensen eller som löpande utbildning.
- Föreläsningarna kan genomföras såväl fysiskt som digitalt.

### Föreläsare



#### **Martin Moström**

*VD och strategisk rådgivare på Retail House*

En av Nordens ledande experter på Shopper Marketing. Martin har stor erfarenhet av att arbeta med både retailers och varumärken.

Han har också skapat olika forskningsprojekt tillsammans med både Handelshögskolan i Stockholm och Lunds universitet.

Martin har genomfört över 100 föreläsningar för branschen i Shopper- och Retail Marketing.

#### **Lisbeth Erstrand**

*Strategisk rådgivare på Retail House*

Specialist på Shopper Marketing med stor erfarenhet från arbete med både retailers och varumärken. Lisbeth har en bakgrund i leverantörsledet och att arbeta med både sälj och marknadsföring på strategisk och praktisk nivå.

Idag verkar hon som konsult och föreläsare, med en vision om att sprida och öka kunskapen om Shopper Marketing och att skapa resultat för både handel och leverantörer.



## Shopper Marketing på 30 min

- Handelns förändrade förutsättningar och maktförskjutningen mellan handelns parter
- Varumärkesleverantörernas förändrade roller och organisation
- Digitaliseringens påverkan på handeln och shoppenn



## Målgrupperna, viktiga samarbeten och resultatet

- Flera målgrupper – shopper och handel på lokal och central nivå
- Skilj på shopper och konsument
- Värdeskapande samarbete mellan handel och leverantör
- Shopper Marketing skapar värde och mäts på försäljning



## Shopperpsykologi och mänskligt beteende

- Människan och den mänskliga naturen
- Hjärnsystemen som påverkar vår beslutsprocess
- Se kundvarvet genom shoppers ögon



## Om strategisk ansats och organisatorisk lösning

- Strategier baserat på insikter
- 7 steg till en strategisk plan för butik
- Från interna silos till samarbete för konsument och shopper
- Shopper Marketing – kompetenskraven



## Att driva försäljning i kundvarvet

- Rätt kommunikation till rätt målgrupp på rätt plats
- Butiken som media och säljkanal – hur bygger vi skalbara program
- Målgrupp butikspersonalen – den bortglömda resursen
- Digital marknadsföring i samarbete med butik
- Målsättning och effektmätning – relevanta KPI



## Säljarens framtida roll och arbetsuppgifter

- En säljkårs olika funktioner för butik
- Kompetenskraven nu och i framtiden
- Att ha kännedom om butiksekonomi och drift
- Sätta strategi för närvaro i butik



## Hur får vi nyheter att överleva?

- Innovation eller me too? Vilka nyheter håller?
- Case på framgångsrika lanseringar – vilka är nycklarna?
- Första strategiska beslut – var ska produkten säljas?
- Framgångsfaktorer för etablering



## Teknik i butik, varför och för vem?

- Tekniska innovationer i handeln
- Teknik i butik – ur shoppens perspektiv
- Digitala verktyg och funktion



## Kundens digitala och fysiska köpresa

- Den digitala utvecklingens effekt på vår köpresa
- Köpbeteende digitalt och fysiskt
- Köpresans faser – sök och köp

### Pris per föreläsning

25 000 kr per föreläsning.  
Vid köp av fler kan specialpris offereras.

### Kundreferenser



## Information och bokning

Martin Moström  
VD / Strategisk rådgivare, Shopper Marketing  
martin.mostrom@retailhouse.se  
070-881 26 30



**RETAILHOUSE**  
connecting shoppers & brands