

erfahrung in...

retailbrand konzeption

von keyserlingk
einzelhandelsberatung



Ein Katalog wird zum Warenhaus.

Das westfälische Versandhaus mit seiner klaren Vision, den guten und werthaltigen Dingen eine angemessene Vertriebs-Plattform zu bieten, plant eigene Warenhäuser. Es gilt, die gewohnt hohe Qualität in der Produkt-Präsentation und Kundenkommunikation auch stationär erlebbar zu machen. Nach einer behutsamen Filialisierung sind die Warenhäuser heute in allen deutschen Top-Städten vertreten und erwirtschaften rund ein Drittel des Gesamtumsatzes.

Warenhaus-Konzeption, Strategie und Marketing, Expansionsmanagement, Standort-Analysen, Konzeption aussergewöhnlicher Einkaufserlebnisse.

Kompetenz in Organic Fashion.

Der Marktführer unter den Versandhändlern für ökologische Mode sieht in der Eröffnung eigener Läden die Chance, neue Zielgruppen zu gewinnen. Passend zum Megatrend der Nachhaltigkeit entstehen Flagshipstores in Hamburg und München, die der Marke neue Impulse geben und mit dem Klischee des Ökoversenders aufräumen. Die Gratwanderung ist geglückt: Bestehende wie neue Kunden identifizieren sich mit dem neuen Markenauftritt und sind dankbar für die bequeme, haptische Erlebbarkeit der Produkte in den Stores.

Erstellung des Store-Brand-Konzepts und der Roll-out-Strategie, Expansionsmanagement.



Ethical Concept Store.

Die langjährige Franchisenehmerin eines klassischen Modelabels in Regensburg geht neue Wege. Wir entwickeln Deutschlands ersten Ethical Concept Store: Einen Laden, in dem alle Produkte aus den Bereichen Mode, Kosmetik, Wohnaccessoires und Food aus organischer und/oder fairer Produktion stammen und zugleich höchsten Lifestyle-Ansprüchen genügen. Die Eröffnung erregt branchenweit Aufsehen, die Kunden von früher sind der Adresse treu geblieben und neue Zielgruppen wurden gewonnen.

Konzeption des Retail Brand, Sortimentsberatung, Preislagenaufbau, Marketing & Kommunikation.

Italienische Lässigkeit rollt sich aus.

Für das deutsche Modelabel mit italienischer Markenkultur ist es an der Zeit, den Wholesale um ein markenprägendes Storekonzept zu ergänzen. Eigene Flagshipstores und Shop-in-Shops in grossen Bekleidungshäusern werden geplant. Zeitgleich werden neue Zielgruppen definiert und Designmerkmale der Damen- und Herrenkollektionen überarbeitet. Heute ist die Marke mit zwei Flagships in Berlin und Düsseldorf, eigenen Shopflächen bei Key Account-Kunden und wachsendem Wholesale erfolgreich.

Konzeption der Shopflächengestaltung, Roll-out, Key Account-Management, Visual Merchandising.

