

Medienmitteilung, 24. Juni 2010

Kunden brauchen ein Einkaufserlebnis

Mit wechselnden Sonderausstellungen zeigt CCA Angehrn seiner Kundschaft, was der Markt Aktuelles bietet und in welche Richtung die Trends gehen. Das Einkaufserlebnis steht dabei an erster Stelle. Nur wenn alle Sinne angesprochen werden, kommt es zur Inspiration.

Um treue Kunden halten und neue gewinnen zu können, spielt das Einkaufserlebnis eine entscheidende Rolle. Mit regelmässig wechselnden Sonderausstellungen im Nonfoodbereich bietet CCA Angehrn den Profis aus Gastronomie und Hotellerie Erlebnisse für alle Sinne.

Von der Wirkung überzeugen lassen

„Ein roter Faden durch die Tischdekoration, den Geschirr- und Besteckservice lohnt sich“, ist Roland Beyer, Category Manager Nonfood bei CCA Angehrn überzeugt. Damit die Kundinnen und Kunden sich selbst von der Wirkung überzeugen können, zeigt er in seiner „Table Top“ Sonderausstellung, wie ein Bankett-Tisch in diesem Herbst aussehen könnte. Denn erst wenn das Porzellan angefasst werden kann, die Farbharmonie fasziniert und der Kunde am Tisch Platz nehmen kann, ist das Erlebnis komplett. Falls dann immer noch Zweifel bestehen, gibt CCA seinen Kundinnen und Kunden auch Farb- und Materialmuster mit nach Hause. Die „Table Top“ Sonderausstellung dauert den ganzen August und schliesst nahtlos an die anderen Ausstellungen im Nonfoodbereich an.

Sonderausstellung Lehrbeginn

Mit einem Kopf voller Ideen und einem Herzen voller Tatendrang starten in diesen Wochen zahlreiche junge Köchinnen und Köche ihre Ausbildung. Mit der Sonderausstellung „Lehrbeginn“ holt CCA sie in den Startwochen ab und zeigt, welche Utensilien im erfolgreichen Berufsalltag nützlich sind. „Sie sollen hautnah erleben, was der Markt ihnen bietet und auch Ideen sammeln können“, erklärt Dieter Baumann, Category Manager Nonfood bei CCA Angehrn, der diese Sonderausstellung ins Leben gerufen hat. Ein Blick über die einzelnen Artikel zeigt, wie vielseitig der Beruf ist. Sogar Messerkoffer, deren Messer mit den persönlichen Initialen graviert werden können, sind bei CCA zu finden. Neben dieser Sonderausstellung ist eine weitere für die Profi-Küche geplant. Neuste Bratpfannen mit Keramikbeschichtung und Elektro-Profi-Geräte werden dann unter anderem vorgestellt.

Weiche und harte Verkaufsfaktoren harmonisieren

Die CCA Sonderausstellungen zeigen, wie weiche Verkaufsfaktoren die harten Faktoren geschickt ergänzen können. Der Trend „Geiz ist geil“ verliert je länger je mehr an Gewicht. Die Kunden wollen mehr als reine Aktionen. Sie wünschen Beratung und wollen inspiriert, überrascht und überzeugt werden. Zudem ist Authentizität gefragt. Das zeigte nicht nur die Marktstudie, die CCA im letzten Jahr durchführen liess. Auch Kunden-Gespräche an der Front bestätigen diese Entwicklung. Die CCA Kunden dürfen sich auf weitere Einkaufserlebnisse freuen, denn die wechselnden Sonderausstellungen werden laufend fortgesetzt.