

Aktuelle Presseinformation

5. Shopper Marketing Kongress 2014 – Insights für die beste Inszenierung am POS
**Von Neuromarketing bis Multichannel –
Strategien zur erfolgreichen Kaufaktivierung**

Frankfurt, 28. März 2014 – Kunden holt man am besten dort ab, wo Kaufentscheidungen fallen: Am Point of Sale (POS). Aktuelle Untersuchungen zeigen, dass sich Kunden durch gezieltes Shopper Marketing erfolgreich motivieren lassen. Welche Strategien zukunftsweisend sind und wie man alle Facetten des Shopper Marketings nutzt, das stellen führende Marketingexperten auf dem **5. Shopper Marketing Kongress 2014** am 24. und 25. Juni in Mainz vor.

Der Expertentreff für Marketingprofis steht in diesem Jahr unter dem Motto „**Kaufaktivierung erzeugen – Mit der besten Inszenierung am POS!**“. Veranstalter ist die Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH. Die Besucher erwarten informationsgeladene Fachvorträge und Keynotes zu topaktuellen Branchenthemen. Sie treffen auf renommierte Innovationsführer und erhalten tiefe Einblicke in die Bedürfnisse und Verhaltensweisen der Kunden. Herausragende Themen der zweitägigen Veranstaltung sind:

- **Shopper- und Retail-Trends** – Konsumforschung und Retail Environments
- **Neuromarketing** – Verhaltensvorhersagen und Strategien zur Kaufaktivierung
- **Shopper Research** – Generierung von Insights und Identifizierung von Shopper-Typen
- **Customer Insights** zur Implementierung von Maßnahmen
- **Predictive Analytics** – Ursachenforschung und Retourenoptimierung im Versandhandel
- **Category Management** – Platzierungskonzepte und Markenpräsenz im Regal und in der Kassenzone
- **Shopper Journey im Multichannel-Handel** – Wo wachsen die Welten zusammen?
- **Future Retail** – Shoppingwelten der Zukunft

Sogar mit allen Sinnen lassen sich beim Shopper Marketing Kongress Trends und Themen erfahren: Exklusiv zum Thema „Einsatz multisensorischer Medien am POS“ wird die Kölner Agentur SCENTCOMMUNICATION eine Raumbeduftung als sensorische Untermalung des Vortrags von Geschäftsführer Robert Müller-Grünow präsentieren. Aktuelle Keynotes aus Trendforschung, Handel und Wissenschaft kommen von:

David Mattin, Head of Trends & Insights beim Londoner Trendforschungsunternehmen trendwatching.com,

Marc Blum, Director Creative Design Architecture beim Hamburger Projektentwickler ECE Projektmanagement,

Dr. Kai-Markus Müller, Neurowissenschaftler sowie Gründer und Geschäftsführer von The Neuromarketing Labs in Aspach,

Marc Feige, Vice President der Agentur Cheil Germany in Schwalbach am Taunus und **Sven Tollmien**, Director Innovation Services der Hamburger Trendagentur TrendONE.

Aktuelle Presseinformation

Anhand zahlreicher Best-Practice-Beispiele erfahren die Besucher, welche Strategien zur besten Inszenierung am POS beitragen und wie diese auf das eigene Unternehmen erfolgversprechend anzuwenden sind. Breiten Raum nimmt auch in diesem Jahr das Networking ein:

- Beim **Business Speed Dating** knüpfen Networker in 45 Minuten zehn wertvolle neue Business-Kontakte.
- Fußball-Fans kommen bei der **Liveübertragung der Spiele zur WM 2014** auf ihre Kosten – und gewinnen neue Kontakte.
- Das **Early-Bird-Frühstück** am 2. Kongresstag hat es in sich: Gemeinsam diskutieren die Teilnehmer die bisherigen Kongress-Erfahrungen und bauen dabei ihr Netzwerk aus.

Besucher des 5. Shopper Marketing Kongresses 2014 haben zudem kostenfreien Zugang zu den Vorträgen des parallel stattfindenden 17. Internationalen Jahreskongresses STORES 2014.

5. Shopper Marketing Kongress 2014

24. und 25. Juni 2014

Rheingoldhalle Mainz, Rheinstraße 66, 55116 Mainz

Informationen: www.managementforum.com

Kontakt für die Fachpresse:

Isabelle Petermann, Marketing Managerin

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Eschersheimer Landstraße 50, D-60322 Frankfurt am Main

Telefon +49 (0)69 24 24-47 73

petermann@managementforum.com

www.managementforum.com

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH ist einer der führenden Anbieter von Veranstaltungen für den Handel und die Konsumgüterindustrie. Das Motto von Management Forum ist „Excellence in Business Information“ und steht für Top-Informationen, exzellentes Fachwissen und Networking-Möglichkeiten für Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistung. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern und Partnern garantieren die Events von Management Forum aktuelle Branchennews und Fachinformationen aus erster Hand und gelten als die führenden Events der jeweiligen Branche. Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH veranstaltet ca. 30 Kongresse/Kongressmessen pro Jahr.