

TSI Category Story Sheet®

Strategische Marketing-Richtlinien in nachhaltige Aktionen am Kontaktpunkt übersetzen

In unserer Shopsumer Activation Strategy® nutzen wir das CATEGORY STORY SHEET® als ein Basiswerkzeug um schrittweise sowohl einen profitablen Marketing-Plan also auch bedeutsame und gesamtheitliche Interaktionen mit dem Shopsumer zu entwickeln, die sicherstellen, dass Ihr Unternehmen den Kampf um dessen größtmöglichen Zuspruch gegen Ihre Konkurrenten gewinnt.

Die Basisversion des CATEGORY STORY SHEET® ist in zwei Gruppen von Variablen aufgeteilt, die alle Medien widerspiegeln, die aktiviert werden können um den Shopsumer entlang der unterschiedlichen Kontaktpunkte seines Kaufentscheidungsprozesses zu stimulieren. Die ersten 7 Variablen beziehen sich auf die direkte Interaktion mit dem Shopsumer („Shopsumer touchpoint“), wohingegen sich die zweiten 7 Variablen auf die indirekte Interaktion mit dem Shopsumer durch bestimmte Vertriebsaktivitäten gegenüber dem Einzelhändler („retail customer“) beziehen. Die Endfassung des Blatts wird in 3 Schritten erarbeitet:

OUR UNIQUE POSITIONING			
Our value at the Shopsumer touchpoint		Our value for retail customers	
Assortment	<input type="text"/>	Product	<input type="text"/>
Placement	<input type="text"/>	Conditions	<input type="text"/>
Price	<input type="text"/>	Customer Service	<input type="text"/>
Promotion	<input type="text"/>	Logistics	<input type="text"/>
POS-Material	<input type="text"/>	In-store activation	<input type="text"/>
New Product Launch	<input type="text"/>	Training	<input type="text"/>
Web 2.0 / Social nets	<input type="text"/>	Digital Communication	<input type="text"/>

- 1) Auswahl der Kernvariablen:** durch Gegenüberstellung des Verhaltens Ihres Unternehmens und Ihrer Konkurrenten werden die wesentlichen Variablen ausgewählt bzw. hervorgehoben, die Ihren Aktivierungsansatz gegenüber der Konkurrenz differenzieren (+/0/-).
- 2) Definieren des Aktivierungsziels:** für jede der ausgewählten Variablen wird ein spezifisches Ziel und ein KPI definiert sowie erörtert, wie, wo und an welchem Touchpoint die Variable zur Shopsumer-Zufriedenheit beiträgt sowie welche Nachricht übermittelt werden muss
- 3) Ausarbeiten des Aktionsplans:** konkrete Aktionen je Kunde, Marke, Produkt und Zeitperiode werden definiert (=> siehe auch Schritt 5 in der Shopsumer Activation Strategy®).

Die Basisversion des CATEGORY STORY SHEET® kann auf die spezifischen Bedürfnisse des Unternehmens in Abhängigkeit der Relevanz bestimmter Kontaktpunkte im Kaufentscheidungsprozess in Ihrer Warengruppe bzw. Ihrer Branche angepasst werden, z.B. die Relevanz von beeinflussenden Personen oder die Auswirkung von produkt- oder werbespezifischen Faktoren am Kontaktpunkt (bspw. Verpackungsdesign oder -größe, wesentliche Slogans auf POS-Material und in der Fernsehwerbung usw.).

Das CATEGORY STORY SHEET® ist eine zusammenfassende Erklärung Ihres gesamten Marketingplans und ermöglicht so die synchronisierte Ausrichtung aller Vertriebs- und Marketingfunktionen!