

Schlüsselfragen für Handel und Industrie im OSJ-Management

Phase im OSJ-Management	Generelle Fragen für den Handel (empfohlen im C&SJ-Rahmenkonzept)	Generelle Fragen für die Industrie (empfohlen im C&SJ-Rahmenkonzept)	Spezielle Fragen für die OSJ für den Handel	Spezielle Fragen für die OSJ für die Industrie
Schritt 1: Strategischer Kontext	<ul style="list-style-type: none"> • Wer sind unsere wertvollsten Shopper und warum? • Wo kaufen sie ein und warum? • Wie können wir die Erwartungen dieser Shopper besser erfüllen? • Was sind ihre Konsumentenbedürfnisse und Bestrebungen? • Was sind Möglichkeiten, unsere Position in unseren Zielgruppen gegenüber unseren Mitbewerbern zu verbessern? • Wer kann mithelfen, ein besseres Wertversprechen aufzubauen, das uns ermöglicht, im 	<ul style="list-style-type: none"> • Wer sind unsere wertvollsten Shopper und warum? • Wie kann unser Markenversprechen besser bei unseren Zielgruppen eingehalten und die Zufriedenheit der Shopper erhöht werden? • Wo kaufen unsere wertvollsten Konsumenten und Shopper ein? • Welche Handelsunternehmen werden hinsichtlich der Einkäufe und getätigten Ausgaben von unseren wichtigsten 	<ul style="list-style-type: none"> • Wie sieht das Nutzungsverhalten der Shopper von Offline- und Online-Medien aus? • Welche Rolle spielen stationäre und Online-Kaufkanäle? • Wie sieht das Kanalwechselverhalten der Shopper während der OSJ aus? • In welchem Ausmaß erwarten die Shopper eine nahtlose Omni-Channel-Integration? • Wie können uns Herstellermarken bei der Stärkung unserer Position gegenüber Mitbewerbern unterstützen? 	<ul style="list-style-type: none"> • Wie sieht das Nutzungsverhalten der Shopper von Offline- und Online-Medien aus? • Welche Rolle spielen stationäre und Online-Kaufkanäle? • Wie sieht das Kanalwechselverhalten der Shopper während der OSJ aus? • In welchem Ausmaß erwarten die Shopper eine nahtlose Omni-Channel-Integration? • Wie können uns die Handelsunternehmen bei der Stärkung unserer Position gegenüber Mitbewerbern unterstützen?

	Wettbewerb zu gewinnen?	Konsumenten bevorzugt? <ul style="list-style-type: none"> Wo werden unsere Initiativen die höchste Wirkung bei unseren wertvollen Konsumenten und Shoppern erzielen? 	<ul style="list-style-type: none"> Wie beeinflussen die Shopper selbst andere durch earned Touchpoints (zum Beispiel in sozialen Medien)? In welchem Ausmaß beeinflusst das Kaufverhalten der Shopper in unserem Online-Shop den Umsatz derselben Marke am POS? 	<ul style="list-style-type: none"> Wie beeinflussen die Shopper selbst andere durch verdiente Touchpoints (zum Beispiel in sozialen Medien)? Können Einblicke in das Online-Verhalten der Shopper auf das stationäre Geschäft für unsere Zielgruppe beim Handel übertragen werden? Wenn ja, wie?
Generelle Fragen für Handel und Industrie (empfohlen im C&SJ-Rahmenkonzept)		Spezielle Fragen für die OSJ für Handel und Industrie		
Schritt 2: Strategische Abstimmung	<ul style="list-style-type: none"> Wer sind unsere gemeinsam abgestimmten Konsumenten- und Shopper-Zielgruppen? Mit welchen Shopper Journeys wollen wir bei unseren gewählten Zielgruppen gewinnen (Shopping-Missionen, Kanäle/Geschäftsformate etc.)? Was sind Wachstumschancen, die durch das C&SJ-Rahmenkonzept identifiziert wurden, auf die wir uns gemeinsam fokussieren möchten? Was sind diese wert? Welche Strategien werden sicherstellen, dass unsere jeweiligen Stärken eine maximale Wirkung entlang der C&SJ haben? 			<ul style="list-style-type: none"> Was sind Potenziale von gemeinsam gemanagten Touchpoints? Wer übernimmt die Führung bei gemeinsam gemanagten Touchpoints? Auf welche gemeinsamen KPIs einigen wir uns? Wie können wir sie messen? Welche Kundendaten können und wollen wir teilen? Wieviel kann uns das Teilen der Daten kosten?

Schritt 3: Geschäftsplanung	<ul style="list-style-type: none"> • Auf welchen Geschäftschancen soll der Fokus liegen und warum? • Welche Konsumenten- und Shopper Insights werden am meisten eingesetzt, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen? • Soll der Plan Touchpoints sowohl außerhalb des POS als auch innerhalb des POS umfassen? • Welche Kommunikationswege in sozialen Medien sollen genutzt oder ausgeschlossen werden? • Welche taktischen Maßnahmen sollen berücksichtigt werden? 	<ul style="list-style-type: none"> • Welche konkreten Touchpoints müssen gemeinsam geplant und gestaltet werden? • Wer ist für welche Touchpoints verantwortlich? <ul style="list-style-type: none"> • Für den Inhalt und die Gestaltung der Touchpoints • Finanzielle Verantwortung für die Touchpoints • Wie sollten Touchpoints gehandhabt werden, die Handels- bzw. Industriepartner gemeinsam mit Mitbewerbern managen? • Welche Kundendaten müssen wir teilen? • Welcher technische Support wird für das Teilen der Daten benötigt? • Wie werden die Kosten der Datenabfrage, -analyse und -weitergabe gehandhabt?
--------------------------------	---	---