

Ihre Vorteile:

„Die Marke ist das Ergebnis eines bedingungslosen Commitments zum Menschen“ (Horst Priessnitz, Geschäftsführer Markenverband)

Sortiments- und Produktkonzepte:

- Durchdachte Sortimentskonzepte für die Lebensmittelverarbeitung (Gewerbe und Industrie) und den Handel (Gross- und Detailhandel)
- Schlagkräftige Instrumente für die Umsetzung von Strategien im Lebens- und Genussmittelmarketing

Projektleitungen:

- Übernahme, Koordination und Abschluss von Projekten entlang der ganzen Wertschöpfungskette – Produktion, Verarbeitung, Handel, KonsumentInnen

Kommunikationskonzepte:

- Entwickeln von überzeugenden Kommunikationskonzepten mit zentralen Botschaften und Kernaussagen für Kunden, Mitarbeiter und die Öffentlichkeit im Lebens- und Genussmittelsektor

Markenvertretungen

- Umfassende Unterstützung auf dem Schweizer Markt
- Fokus Markenartikelhersteller aus Deutschland, Frankreich, Italien und Österreich
- Vermittlung von Marken an Vertriebs- und Logistikpartner in der Schweiz
- Akquise und Verkauf im Lebensmittel-Grosshandel

Direktvermarktung „Märit landuf – landab“:

- Neue Sortiments- und Produktkonzepte
- Vermarktung im Franchisesystem; santschifoodmarketing ist Franchisegeber

Ideenbörse:

- Übersättigte Märkte – Zeit für neue Ideen
- „thinking out of the box“
- Ideenfindung und alternative Lösungsvorschläge
- Fokus Sortimente und Produkte; Food-Scouting

Erschliessung neuer Absatzkanäle für Verarbeitung und Handel:

- Produzenten, Verarbeiter und Handel von CH-Bioproducten suchen und „finden“ durch santschifoodmarketing neue Absatzkanäle
- santschifoodmarketing besorgt im Auftrag die Akquise und den Verkauf

Store Checks:

- Systematische Ausrichtung aller Elemente des Shopkonzepts auf die Bedürfnisse der Kunden
- Überprüfung der Sortimentsplanung und –gliederung, inwieweit sie den Erwartungen und Bedürfnissen der Kunden gerecht werden
- Entwicklung von Konzepten, mit deren Hilfe die Übersichtlichkeit im Store und Einkaufsbequemlichkeit für Kunden optimiert werden können (Beschriftungen, Bedarfsbündelungen etc.)
- Überprüfung von Atmosphäre, Designkonzept und Wareninszenierung
- Optimierung der Schaufenster-Gestaltung
- Messung und Steuerung der Service- bzw. Beratungsqualität der Mitarbeiter

Erlebnis-Events:

- Emotionalisierung der Marke und gezielte Stärkung einzelner Imagedimensionen
- Stärkung der Kundenbindung und Aufbau von Sympathie zum Unternehmen
- Optimale Einbindung von Kaufimpulsen in das Eventkonzept
- Sicherstellung des Brand Fits: Auswahl eines Eventtyps, der zur Positionierung der Unternehmens passt, glaubwürdig ist und sich für den angestrebten Imagetransfer eignet

Messe-Kontrolle für Aussteller:

- Optimale Ausrichtung des Messestandkonzepts auf die Bedürfnisse der Standbesucher (Standgliederung, Produktpräsentation und Informationsangebot)
- Die imagegerechte Erlebniswirkung des Messeauftrittes und die emotionale Verankerung der Markenkernwerte bei den Zielgruppen
- Steigerung der Kauf- und/oder Investitionsbereitschaft der Standbesucher
- Überprüfung der Servicequalität und Beratungskompetenz des Messepersonals; auch zur bestmöglichen Auswahl, Einsatzplanung und Schulung von Mitarbeitern
- Messung der Kontaktleistung (Anzahl der Standbesucher insgesamt) und der Kontaktstruktur (Haben die anvisierten Zielgruppen den Messestand besucht?)

Kontaktnüpfel:

- Ein „gepflegtes“ Netzwerk zur Verfügung von Handel und Verarbeitung
- Aktives „Netzwerken“ als fortlaufender Prozess

Produkte / Cross-Selling-Angebote:

- Spezialitäten-Produkte und –Sortimente im „Premium“- und „Bio“-Segment
- Selektion und Auswahl der Produkte (Rohstoffe, Halbfabrikate, Fertigprodukte) durch santschifoodmarketing
- Produkte und Sortimente teilweise in Eigenproduktion; teilweise in Auftragsproduktion
- Sicherstellung aller erforderlichen Lebensmittelgesetz- und Zertifizierungs-Kriterien
- Massgeschneiderte Marketing- und Verkaufskonzepte „zugeschnitten“ auf einzelne Produkte / Cross-Selling-Angebote
- Vermarktung von verschiedenen Produkten / Cross-Selling-Angeboten unter dem private label von santschifoodmarketing

Kundennutzen:

- „Sie“ erhalten Dienst- und Serviceleistungen „aus einer Hand“, zusammengestellt aus dem Netzwerk von santschifoodmarketing
- „Sie“ profitieren von einem erlesenen Netzwerk in Marketing und Verkauf in den Bereichen Essen und Trinken
- „Sie“ erleben „Bio“ in seiner Vielfalt und Komplexität; santschifoodmarketing sorgt für verbindende, stärkende und letztlich am Markt erfolgreiche Elemente
- „Sie“ bekommen Wettbewerbsvorteile ggü. Ihren Konkurrenten und Mitbewerbern durch die professionelle Dienstleistungs- und Serviceunterstützung
- „Sie“ bekommen von santschifoodmarketing „Zeit für Qualität“
- „Sie“ erleben „Premium“ in vollkommener Form bei Essen & Trinken
- „Sie“ verstehen „Nachhaltigkeit“ nicht als kurzfristigen „gag“, sondern als Investition in die Zukunft