

DO'S & DONT's **Themapleinen**

Voorwaarden

Het product moet commercieel krachtig zijn

- Hero producten spelen de hoofdrol.
- Ondersteun Hero producten met een NPD.
- Promotie op één of meerdere deelnemende artikelen.

Zorg voor een Incentive of zet in op een relevant thema

- **Winactie:** bijvoorbeeld een 'fysieke' prijs per winkel.
- **Thema's:** Speel in op momenten als Halloween, Sint, Back to School of thema's uit jouw ATL campagne.

Creëer een beleving op de winkelvloer

- Een duidelijke (merk)boodschap.
- Presentatie is opvallend en creatief.
- POS materiaal en andere elementen versterken de artikelen.

Een goede opbouw en uitvoering

- De themapleinen worden door de buitendienst van het merk opgebouwd op maandag, uiterlijk dinsdag van de activatiweek.
- Albert Heijn bepaalt op basis van het voorstel de definitieve productaantallen op basis van verkoop, voorafgaand aan de activatie. Er wordt centraal een instuwing afgestuurd.

DO'S & DONT's voor een Themaplein

DO's

- De schets geeft voorafgaand aan de activatie een goed beeld van de gewenste presentatie.
- Artikelen worden gepresenteerd in een display of meubel.
- Houd rekening met een schatting van 2x2 meter. De presentatie kan indien nodig worden aangepast op winkelniveau.
- De presentatie is stevig en stabiel.
- De prijs wordt met ESL gecommuniceerd (**verplicht!**)
- **Bij CKW inschrijving:** Om meer winkel inschrijvingen te ontvangen adviseren wij verschillende opties neer te leggen in de vorm van een S, M of L (qua grootte).

DONT's

- Aantallen niet in lijn met verkooppotentie (te veel volume of te weinig).
- Losse producten op de vloer (uitgezonderd kratten of dozen).
- Materialen aan het plafond bevestigen (dit is niet mogelijk i.v.m. alarm).
- Een te groot themaplein (>2x2meter) waar je niet goed om- en/of doorheen kunt lopen in de route.
- Ontbrekende incentive of boodschap.

Inspiratie Themaplein presentatie

