



DANSPIRATION CREATIVE IDEAS

Bei dan pearlman üben wir seit 20 Jahren Perspektivwechsel und Transformationsdenken. Doch gerade jetzt kommt es besonders darauf an, ungewöhnliche Ideen voranzutreiben und Neues zu wagen.

Wir sind überzeugt davon: Wer nun versucht, „nur nichts falsch“ zu machen, der kann vor allem „nichts richtig“ machen. Auch wenn unsere „everything goes“ Attitüde erst mal Pause hat, gilt es umso mehr, sich mit einer „manything goes“ Haltung für die Zukunft zu rüsten. Wie das gelingt? Mit Wagemut und Erfindergeist, mit adaptiven und hybriden Formaten, mit Konzepten, die schlau, schnell und smart sind.

Viele unserer Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen stehen vor ähnlichen Fragestellungen: Wie schaffen wir Erlebnis, Freude, Unbeschwertheit, unter Einhaltung der neuen Regeln ohne Sicherheit zu gefährden? Oder wirtschaftlich betrachtet: Wie sichern wir Umsätze und Kundenbindung trotz der aktuellen Rahmenbedingungen?

Unsere Projekterfahrungen und Einblicke in unterschiedliche Branchen helfen in diesen Zeiten. Sie ermöglichen, die „best practise“ Beispiele von Retail bis Zoo, von Urban Planning bis Placemaking zu filtern und für andere Bereiche nutzbar zu machen.

Zur Inspiration und zum Weiterdenken haben wir eine Sammlung möglicher Ideen und Lösungen zusammengestellt. Wir verstehen unsere DANSPIRATIONS als Mutmacher und als Aufforderung, das „new normal“ attraktiv, erfolgreich und langfristig vielleicht sogar zu einem „better normal“ zu machen.

COMMUNICATION

(POST-) CORONA COMMUNICATION

Aktuell will niemand den üblichen „Sales-BlaBla“ hören. Was zählt, sind Botschaften mit Haltung, mit Ehrlichkeit, Humor und Authentizität. Marken, die nun werben, als wäre es die Grillsaison 2019, werden als unproduktiv entlarvt oder gar als ignorant. Warum also nicht „jetzt erst recht“ die Möglichkeiten, digital wie in den klassischen Medien nutzen, um aus der Masse hervorstechen? 360° Kommunikation ohne zu viel „Verkoofe“ ist das Gebot der Stunde. Es darf auch mal die ganz kleine oder die ganz große Geste sein, z.B. die Fassade, der Eingang, die Billboards, die Rasenflächen. Alles kann kommunizieren und die Sichtbarkeit erhöhen.

ZIELGRUPPEN

alle Retailer und Shopping Center

WARUM GERADE JETZT?

neue Werte und Wünsche in der (Post-) Corona Gesellschaft

WARUM AUCH IN ZUKUNFT?

Menschen wollen eine aufrichtige Kommunikation mit Mehrwert

AUCH INTERESSANT

Kommunikationsmaßnahmen rund um die aktuellen Abstandsregeln und Sicherheitsmaßnahmen auf intelligente und sympathische Art mit einer markengerechten Visualisierung

PRIVATE SHOPPING

PREMIUM RETAIL EXPERIENCE

Hochwertig Verkaufen durch einen Service der besonderen Art? Exklusives Shopperlebnis für ausgewählte Kunden? Verunsicherte Kunden auf eine besondere Art betreuen? Vertrauen schaffen insbesondere bei Risikogruppen oder älteren Kunden? All das kann Private Shopping! Statt nur ein einzelnes Teil an die Frau oder den Mann zu bringen, werden ganze Outfits für die Premiumkunden zusammengestellt. Der Service darf gerne durch einen Liefer- oder Pick-up Service ergänzt werden, denn möglichst sorglos und bequem sollte es sein. Zusätzlich stehen die Videoberatung des Lieblingsverkäufers und die auf digitalen Medien verfügbare, passende Style-Empfehlung zur Verfügung. Das schafft zusätzliche Touchpoints, entzerrt die Frequenz und sorgt für einen einzigartigen Service. Das Ergebnis: die exklusive Retail Experience, die zum Kunden kommt.

ZIELGRUPPEN

Premium, New Luxury, alle Brands, die auf mehr Service setzen wollen

WARUM GERADE JETZT?

Social Distancing, Abstandsregeln, Risikogruppen, verunsicherte Kunden, zusätzliche Touchpoints

WARUM AUCH IN ZUKUNFT?

interessantes Zusatzangebot bzw. besonderer Service für eine neue Servicequalität

AUCH INTERESSANT

Kooperationsmöglichkeiten mit lokalen Lieferdiensten, Preferred Shopping Times Slots und Shop by Appointment Optionen durch Kooperationen mit Online Buchungsportalen

CLICK & COLLECT XXL

24/7 EXPERIENCE PICK-UP

Schon beim ersten Blick wird klar: diese begehbare Abholstation hat nichts mit der Post oder DHL zu tun. Hier wird der perfekte Prozess gleichzeitig zu einem echten Markenerlebnis und ist mehr als nur ein anonymer Abholpunkt. Der Pick-up Store verfügt nicht nur über zahlreiche Abholfächer, sondern auch eine Café Lounge, einen Umkleieraum, in dem die Kunden ihre Einkäufe sofort ausprobieren können, und eine Recyclingstation für die Verpackungen. Perfekter Standort für den Click & Collect XXL Store sind Shopping Center. Alternativ bietet sich an anderen Standorten auch ein gemeinschaftlicher Lieferservice für Kunden als Zusammenschluss mehrerer Retailer an.

ZIELGRUPPEN

Marken-Retailer vor allem in Shopping Centern

WARUM GERADE JETZT?

Social Distancing, Abstandsregeln, Service auch unabhängig von den Öffnungszeiten, intelligente Flächennutzung

WARUM AUCH IN ZUKUNFT?

interessantes, Öffnungszeiten unabhängiges Angebot als besonderer Service im stationären Retail, in Shopping Centern oder hoch frequentierten Einzelhandelslagen

AUCH INTERESSANT

Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Brands, lokalen Dienstleistern oder Lieferserviceanbietern, auch mit zusätzlicher Drive-in Variante denkbar