

Pressmeddelande 26 april 2018



Succébok i ny upplaga

Visste du att kunder som använder telefonen i butiken handlar för 30 % mer än andra kunder? Och att prisskyltar med rabatten skriven ovanför det ordinarie priset gör att kunden underskattar rabattens storlek. Vad är det som styr vilken vara kunden köper i butik? Nu kommer Marknadsföring i butik – om forskning och branschkunskap i ny upplaga.

*I takt med att e-handeln växer blir den fysiska butikens roll allt viktigare för att hjälpa kunderna att välja rätt. Möjligheterna i en fysisk butik att inspirera och locka genom alla de mänskliga sinnena är oändliga – och kunderna har aldrig efterfrågat det i större utsträckning **säger Carl-Philip Ahlbom, författare.***

*Att skapa en säljande butik kräver en hel del kunskap och i många fall även erfarenhet. I denna bok går vi igenom all forskning som finns gällande hur kunder tänker och hur man på bästa sätt kan skapa en inspirerande och säljande butik **säger Jens Nordfält, författare***

Om boken:

Här får du göra en djupdykning i de senaste femtio årens forskning om marknadsföring inom detaljhandeln. I boken beskrivs en modell för hur kunderna fattar beslut i en butik. Därefter presenteras en rad olika experiment och fältstudier med utgångspunkt i butiker. Författarna visar hur den psykologiska beslutsmodellen och forskningsresultat praktiskt kan tillämpas för att utveckla butikens sortiment, butiksmiljö och prisupplevelse.

Den andra upplagan är uppdaterad med:

- Ny, spännande forskning inom marknadsföring i butik.
- Delen om butiksmiljön har kraftigt omarbetats och avsnittet om butikslayout har utökats. Författarna går in på djupet i hur butiker kan byggas upp för att skapa så stor visuell uppmärksamhet som möjligt utifrån parollen "det du ser – det köper du".
- Ett nytt kapitel om hur digitaliseringen påverkar beslutsprocesser och den fysiska butiken.

Om författarna:

Jens Nordfält och Carl-Philip Ahlbom är forskare vid Handelshögskolan i Stockholm. Jens arbetar sedan många år med forskning och utbildning inom butiksmarknadsföring på ICA och samarbetar med de flesta större detaljister och leverantörer i Sverige. Carl-Philip är doktorand i butiksmarknadsföring och bedriver forskning i samarbete med företag som H&M och ICA.

Fakta:

Titel: Marknadsföring i butik
Författare: Jens Nordfält och Carl-Philip Ahlbom
Förlag: Liber AB
Format: Mjukband
ISBN: 978-91-47-11348-4

För intervju eller recensionsexemplar kontakta:

Jonna Cornell, marknadschef, tel: 073-673 12 44, mail: jonna.cornell@liber.se.

Liber är ett av Sveriges ledande förlag. Genom samarbete med de främsta forskarna och författarna erbjuder vi läromedel, kurslitteratur och managementlitteratur av hög kvalitet. Med målet att alla ska lyckas med sina studier står vi för *kunskap som gör skillnad* – genom hela livet.