



DiM-Partner: Neues Konzept für Werbeaktionen

Live-Marketing macht Einkauf zum Erlebnis

„Herzlich willkommen im Möbelhaus Meyer. Schön, dass Sie heute hier sind. Ich heiße Sandra Fricke und begrüße Sie im Namen der Geschäftsleitung zur großen Sonderaktion.“ Eine persönliche Anrede, mit der die Moderatorin die Besucher des Möbelhauses empfängt. Ob per Handschlag oder mit Headset über die Lautsprecheranlage hängt dabei von der Hausgröße und der Aktion ab.



Mit guter Unterhaltung verkaufen Sie mehr“, erklärt Thomas Scheffler, Geschäftsführer der Werbeagentur Art & Design. Dabei denkt er keineswegs an Schlagersänger oder Fußball-Stars. Denn diese sorgen für Schaulustige, nicht aber für gute Umsätze. Das Zauberwort heißt „Live-Marketing“ und umfasst Werbeaktionen, die die Agentur gemeinsam mit der Chaar Unternehmensberatung, den Personal- und Sonderverkaufsprofis, in den letzten Monaten entwickelte.

So entstanden Werbekonzepte für verschiedene Industriemesse-Veranstaltungen in Möbel- und Küchenhäusern, Neueröffnungs-Aktionen, einen Küchenverkauf nach Metern, einen Polsterverkauf nach Sitzplätzen, Sammelverkauf-Aktionen und Spezial-Hausmessen unter dem Titel „Culinaria“, „Casa Nova“, „Dolce Vita“ oder „Wohn Art“.

Solche Events sorgen für gute Frequenz, positive Stimmung und hohe Umsätze. Eine Besonderheit stellt der Einsatz eines Live-Moderators dar, der während der Aktionstage im Haus für viel Aufmerksamkeit sorgt und Schwung in die Aktion bringt. „Durch Live-Marketing erlebt der Kunde etwas völlig Neues und Lebendiges. Er wird aktiv in die Veranstaltung einbezogen und die Werbebotschaft wird für ihn greifbar“, so Thomas Scheffler. „Dadurch gewinnt die Werbemaßnahme nicht nur an Größe und Bedeutung, sondern vor allem an Glaubwürdigkeit.“

Weil der Live-Moderator nicht zum Hauspersonal gehört, wird er von den Kunden zumeist als „neutraler Ratgeber“ angesehen. „Er hat nicht die Aufgabe zu verkaufen“, erläutert Samir Chaar von der Chaar Unternehmensberatung. „Er weckt Interesse, kommt mit den Kunden ins Gespräch und kann sie gezielt dem Verkaufspersonal zuführen.“ Indem er über die speziellen Angebote informiert und fachkundig auf Fragen der Besucher eingeht, schafft er Ver-

trauen und somit eine erhebliche Steigerung der Kaufbereitschaft.

Eine weitere Besonderheit dieses Konzeptes ist die hohe Flexibilität. Live-Marketing wird sowohl bei großen Vollsortimentern als auch bei kleinen Einrichtungsspezialisten oder Küchenhäusern eingesetzt. „Wer im heutigen Markt erfolgreich sein will, muss nicht nur auf sich aufmerksam machen, sondern auch einen möglichst intensiven Kundenkontakt herstellen“, betont Markus Balsmeyer von KS Consult, Institut für Marktforschung & Marketing aus Münster. „Live-Marketing stellt somit einen vorbildlichen und vor allem zukunftsweisenden Weg dar, die Kunden auf originelle Art zum Kauf zu motivieren.“

Nähere Informationen zu diesem Thema erhalten Sie in der Sonderbeilage dieser Ausgabe oder direkt bei der Art & Design Werbeagentur sowie der Chaar Unternehmensberatung.

Live MARKETING

Ein Live-Moderator sorgt für hohe Aufmerksamkeit, weil er glaubwürdig wirkt und den Kunden aktiv in die Veranstaltung mit einbezieht. Entwickelt wurde das Konzept von der Werbeagentur Art & Design und der Chaar Unternehmensberatung.



Sind vom Erfolg von Live-Marketing überzeugt (v.l.): Thomas Scheffler,

GF Art & Design Werbeagentur, Samir Chaar, GF Chaar Unternehmensbe-

ratung, und Markus Balsmeyer, GF des Marktforschungsinstituts KS Consult.



Mehr Infos:
www.art-design.de
www.chaar-gmbh.de

DiM

Dienstleister im Möbelmarkt

Ansprechpartner: Herr Balsmeyer, Tel. 0 25 06 - 810 43-0



Mit DiM steht Ihnen ein Qualitätsnetzwerk zur Seite, in dem jedes Unternehmen über langjährige Erfahrungen im Möbelmarkt verfügt und speziell in diesem Zielmarkt für jedes Problem die maßgeschneiderte Lösung erarbeitet.

Verbunden durch Kompetenz