

Das neue Art & Design-Magazin widmet sich ausschließlich dem Handelsmarketing. Kostenlos zu bestellen unter: magazin@art-design.de.



Art & Design: Markenrelaunch, Vermarktungsstrategie und Kampagnen

Kunden gewinnen – und zwar mit Leidenschaft

Unternehmerischer Erfolg wird heute nicht mehr nur vom Produkt oder der Dienstleistung bestimmt. Wer nicht auf den reinen Preis reduziert werden möchte, muss emotional werben, betonen die in der Branche fest verankerten Marketingstrategen von Art & Design.

Wiedererkennung, Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit bilden heute die Basis für erfolgreiche Unternehmenskommunikation. Gesendet wird auf möglichst vielen Marketingkanälen, einheitlich und koordiniert nach Plan. Wenn diese Kommunikation konsequent geführt wird, ist ein sicheres Fundament auf dem Weg zur eigenständigen Marke gelegt. Das große Ziel, eine Unverwechselbarkeit in der Wahrnehmung durch den Verbraucher zu erreichen, liegt dann greifbar nah, betonen die Marketingstrategen von Art & Design. Die Werbeagentur mit Sitz in Kamp-Lintfort liefert dafür das entsprechende Know-how in puncto Markenaufbau, Entwicklung von Vermarktungsstrategien und Kampagnen.

Bereits seit über 20 Jahren ist Art & Design im Bereich Handelsmarketing aktiv. Der Schwerpunkt liegt auf Möbeleinzelhandelsunterneh-

men und Einkaufsverbänden. „Wir denken Werbung immer strategisch. Es geht uns nicht um die eine zündende Idee, sondern um den konstanten Ausbau der Präsenz eines Unternehmens. Glaubwürdig und authentisch muss diese sein“, betont Geschäftsführer Thomas Scheffler. Das könnte auch der Grund sein, warum Art & Design zu den Top Ten in der Branche zählt.

Basis ist das effektive „3-Punkte-Prinzip“: „Basics. Concept: Sales!“ Daraus entstehen maßgeschneiderte Konzepte, die kontinuierlich weiterentwickelt werden und für den Erfolg der Unternehmen sorgen. Denn eine klare Kommunikation schafft klare Botschaften. „Genau diese brauchen Kunden, damit sie ein Produkt oder einen Anbieter in der Masse des Wettbewerbs wahrnehmen und leicht wiedererkennen“, meint dazu Geschäftsführer Heiko Pustar.

Um diese Strategien umzusetzen, muss nicht zwangsläufig ein großes Budget locker gemacht werden. Oft geht es darum, Bestehendes auf den Prüfstand zu stellen und gründlich zu optimieren. Dabei denken die Teamworker bei Art & Design nicht nur an Werbung, sondern an möglichst viele Aspekte der Darstellung. Denn alles, was ein Unternehmen zeigt oder tut, ist im Grunde Kommunikation. Alles hat eine Wirkung. Es geht also nicht nur um Werbung im klassischen Sinne, sondern um Optimierung der sogenannten „Touch Points“, um sämtliche Berührungspunkte, die ein Kunde mit dem Anbieter haben kann. Und die Erfahrung zeigt, dass schon kleine Veränderungen große Strahlkraft erzeugen können.

Interessant sind dabei die psychologischen Aspekte des Marketings, erläutert Rainer Knietzsch,

der seit mehr als 15 Jahren als fester Kooperationspartner mit der Agentur zusammenarbeitet. Er weiß, wie das menschliche Gehirn tickt und kann anschaulich erklären, wie leicht man es beeinflussen kann. „Kunden zu loyalisieren und damit zu Stammkunden zu machen, ist für mich das Marketingrezept der Gegenwart und der Zukunft.“ Das heißt, Empfehlungen werden immer wichtiger. Verbraucher, die zufrieden sind, reichen heute nicht mehr aus. Nur die, die begeistert sind, sprechen gern und uneingeschränkt Empfehlungen aus.

Zudem gibt es bei Art & Design keine Standards. Jeder Kunde erhält sein individuelles Leistungspaket. „Ein Konzept, mit dem Unternehmen und Agentur optimal zusammenarbeiten können“, betont das Geschäftsführungsduo.

■ www.art-design.de



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

Ihr Ansprechpartner:
Herr Markus Balsmeyer
Tel. 02506 - 81043-0
www.DiM-Netzwerk.de

Verbunden durch Kompetenz