

P R E S S E M I T T E I L U N G

Power selling will gelernt sein

Eine Aktion von **BLAUPUNKT** und **VIERKLANG®** setzt Maßstäbe

Hildesheim/ Berlin, Dezember 2004

Es wird immer wichtiger am POS adäquat vertreten zu sein. Dabei lassen sich gerade „below the line“ erhebliche Umsatzpotenziale realisieren – und der Erfolg einer Maßnahme lässt sich viel schneller und eindeutiger messen als bei jeder klassischen Kampagne. Vorausgesetzt natürlich, die Aktion wird durch Spezialisten professionell geplant, durchgeführt und aufbereitet.

Ein eindrucksvolles Beispiel für erfolgreiche Kooperation eines Markenartiklers mit einem spezialisierten Dienstleister war die Power selling-Aktion, die von **BLAUPUNKT** in Zusammenarbeit mit **VIERKLANG®**, dem Agenturnetzwerk für Markeninszenierung, in der Nachweihnachtszeit bei **SATURN** und **MEDIA MARKT** durchgeführt wurde.

Hoch professionelle Planung und Logistik

Ziel der Aktion war die Steigerung des Abverkaufs von **BLAUPUNKT** Geräten aus dem Bereich Car Entertainment. Es galt also, die durch die Einlösung von Gutscheinen, den Umtausch von Geschenken und die Realisierung von Geldgeschenken auf **BLAUPUNKT** Produkten gesetzten Kaufimpulse durch intensive Beratung am POS zu kanalisieren.

Vorbereitend waren durch **VIERKLANG®** 290 erfahrene Power Seller gecastet worden. Zusätzlich wurde durch professionelle Trainer eine zweitägige Schulung in fünf Städten durchgeführt – ein Tag galt dem Verkaufstraining, der andere der detaillierten Produktkenntnis. Auf dieser sicheren Wissensbasis konnte nach nur 3,5 Wochen Vorlaufzeit die Aktion in 260 Outlets durchgeführt werden, also in fast allen **SATURN** Filialen und **MEDIA MÄRKTEN** in Deutschland – insgesamt 2.445 Promotiontage.

Die anschließende qualitative Auswertung durch **VIERKLANG®** ergab: die Aktion war sowohl hinsichtlich der unmittelbaren Abverkaufszahlen ein voller Erfolg als auch in Bezug auf die gesteigerte Präsenz der Marke **BLAUPUNKT** im Bewusstsein der Verbraucher.

Kompetenz vor Ort

Ermöglicht wurde dieses Ergebnis nicht zuletzt durch die bundesweite Präsenz von **VIERKLANG®**.

Die Standorte: Stuttgart, Hamburg, Berlin und Köln. Ausschlaggebend waren jedoch sicher das bei **VIERKLANG®** gebündelte Know-how und die hervorragende Zusammenarbeit mit den zuständigen Abteilungen für Handelsmarketing und Werbung bei **BLAUPUNKT**. Das Fazit der Beteiligten: Wenn sich alle auf ihre jeweiligen Kernkompetenzen konzentrieren und zielorientiert kooperieren, ist die überzeugende Inszenierung der Marke am POS gewährleistet.

Weitere Erfolgsbeispiele und viel Wissenswertes zum Thema „below the line“ finden sich auf der Website www.vierklang.com

337 Wörter mit Leerzeichen – 46 Zeilen

VIERKLANG® Department West

Eine Unit der ego1 GmbH

Schanzenstraße 21

51063 Köln

fon +49 (0) 221.94517-0

fax +49 (0) 221.94517-10

e-mail koeln@vierklang.com

url www.vierklang.com

Geschäftsführer

Palle Pfeiffer

Handelsregister HRB 34 827

Amtsgericht Köln

USt. ID 213 790 223

Stadtparkasse Köln

blz 370 50 198

kto 15 90 21 90

Abdruck kostenlos – Belegexemplar erbeten

Für Rückfragen und weitere Informationen stehe ich Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung.

Kontakt

Palle Pfeiffer
p.pfeiffer@vierklang.com

VIERKLANG® Department West
eine Unit der ego1 GmbH
Agenturnetzwerk für Markeninszenierung
Schanzenstraße 21
51063 Köln

fon +49 (0) 221.94517-0
fax +49 (0) 221.94517-10

www.vierklang.com