

Garant Gutes Schlafen

Neues Marketing-Konzept „Ich bin...“

Garant Gutes Schlafen Maßgeschneiderte Kommunikation schärft das Händler-Profil im regionalen Wettbewerb und steigert die Kundenfrequenz. Nach diesem Grundsatz unterstützt Garant Gutes Schlafen seine Mitglieder mit zahlreichen Marketingtools. Die Idee hinter dem neuesten Werbekonzept „Ich bin...“ ist ein modulares System, mit dem ganzheitliche Firmenauftritte geschaffen werden, die dennoch individuell sind und eine emotionale Händlerstory erzählen. Verbandsleiter Stefan Wieselhuber erklärt, wie das funktioniert.



Gezieltes Marketing à la Carte: Schlafspezialisten stellen sich aus dem modularen System die gewünschten Maßnahmen zusammen.

Dafür bietet der Verband drei verschiedenen Linien an: Ich bin... Schlafberater, Ich bin... Schlafexperte und Ich bin... Schlafdesigner. Die Linien des Werbekonzepts unterscheiden sich in ihrer generellen Ausrichtung, also in der Wertigkeit und in den Zielhändlern, die angesprochen werden. Das spiegelt sich in den Gestaltungsmerkmalen wider. „Je nachdem, welche Botschaft der Händler senden möchte, wählt er die entsprechende Linie“, erklärt Wieselhuber. „Wer die Hochwertigkeit bzw. Exklusivität seines Hauses betonen möchte, entscheidet sich eher für die Linie 3 mit den eleganten, handschriftlichen Fonts, wer es locker oder modern mag, tendiert eher zu Linie 1 oder 2.“

Um Kunden zu gewinnen und langfristig zu binden, braucht es etwas, womit der Kunde sich identifizieren kann“, meint Stefan Wieselhuber. „Eine persönliche Geschichte, ein gewisser Wiedererkennungswert, eben etwas, was den Menschen hinter dem Unternehmen ein Gesicht verleiht. Und genau das ist der Gedanke hinter unserem neuen Werbe- und Marketingkonzept. Mit ‚Ich bin...‘ kann sich der Händler nach außen hin klar positionieren und seine Glaubwürdigkeit unterstreichen.“



Auch die Fahrzeuggestaltung gehört zum Portfolio des „Ich bin...“-Konzepts.

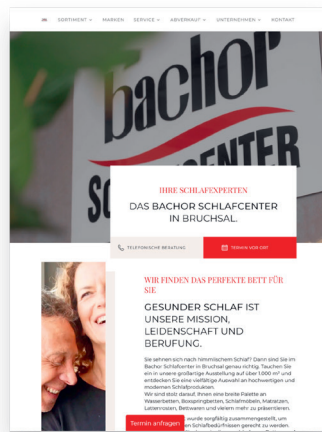
Den drei Linien gemein ist der modulare Aufbau. „Das Konzept umfasst eine ganzheitliche Ausstattung, von Print-Medien wie Imagebroschüre, Empfehlungsflyer oder Visitenkarten über digitale Medien wie Webseite, Social Media Werbung und einen eigenen Image-Film bis hin zur passenden Beschriftung für das Firmen-Kfz“, so Wieselhuber. „Die Gestaltung und die gemeinsam erarbeitete Message ziehen sich wie ein roter Faden durch alle gewählten Maßnahmen. Zusätzlich



Für den erfolgreichen Auftritt im Netz: Händlerwebseiten im neuen Design (hier Linie 1/ Pilotpartner Tenhaeff).

werden die Texte und die Akzentfarben individuell auf den Händler zugeschnitten. So können wir trotz des modularen Systems Individualität garantieren. Das neue Konzept sorgt für beste Auffindbarkeit und maximale Reichweite und schafft Vertrauen im lokalen Markt.“

Mit den Gutes Schlafen-Partnern Tenhaeff, Lüniger und Bachor hat der Verband die drei Konzeptlinien passend zur ABK Open im vergangenen Juni pilotiert. Die Brüder Tenhaeff sa-



Zentrale Designelemente des Konzepts sorgen für einen ganzheitlichen Look und Wiedererkennungswert in allen Marketingmaßnahmen (hier Linie 2/ Pilotpartner Bachor).

gen: „Wir freuen uns über die Zusammenarbeit mit Gutes Schlafen. Wir hatten einen Relaunch für unsere Webseite und eine Überarbeitung des Logos schon längere Zeit geplant. Da der Verband Koordination, Planung und Durchführung komplett übernommen hat, konnten wir die Pläne nun mit minimalem Aufwand an Zeit und Kosten umsetzen. Über das Ergebnis sind wir richtig begeistert – und haben auch schon positives Feedback von unseren Kunden bekommen!“



Mit der Imagebrochure stellen Händler ihr Unternehmen und ihre Philosophie vor.

haustexmagazin.de

QUALITÄTSVERBAND
UMWELTVERTRÄGLICHE
LATEXMATRATZEN e.V.




QUL
NATURLATEX

Wie man sich bettet so liegt man...

Schlafen auf Naturlatexmatratzen

QUL – Garantie für natürliche Qualität.

www.qul-ev.de
Info-Telefon:
0800-1007043



QUL
NATURLATEX
schadstoffgeprüft

Qualitätsverband umweltverträgliche Latexmatratzen e.V.