

Neues Verkaufsförderungspaket für profine-Partnerbetriebe

Für die Partnerbetriebe der Marken KBE, Kömmerling und Trocal hat die profine Group ein neues Verkaufsförderungspaket zur regionalen Marktbearbeitung entwickelt. Im Vordergrund steht dabei die Erschließung des großen Potenzials der privaten Renovierer.

Das neue Paket umfasst vier Teile: Das Marketing-Handbuch, das profine-Konjunkturpaket mit gestaffelten Werbezuschüssen sowie die Maßnahmenpakete Renovierungs-Mailing und Aktion Lärmtest.

Die Werbemittel sind jeweils im Erscheinungsbild der Marken KBE, Kömmerling und Trocal erhältlich. Gestaltungsmöglichkeiten für den Werbeauftritt im eigenen Namen bieten den Partnerbetrieben die einzelnen Aktionsmedien wie Flyer, Anzeigen und Plakate.

„In Deutschland warten 340 Millionen energetisch veraltete Fenster auf ihre Renovierung. Wir wollen unsere Kunden dabei unterstützen, dieses Potenzial zu heben – und zwar mit Werbemitteln, die den Hausbesitzer gezielt seinen eigenen Sanierungsbedarf erkennen lassen. Dabei setzen wir auf individuelle Aktionen im regionalen Markt des Partnerbetriebes“, erklärt Joachim Reufels, Marketing-Manager Zentraleuropa bei profine.

Umfangreiches Marketing-Handbuch

Das umfangreiche Marketing-Handbuch zeigt die vielfältigen Möglichkeiten auf, wie sich der Fachbetrieb mit zielgerichteten Aktionen vom Wettbewerb abheben und seinen Geschäftserfolg gestalten kann.

In insgesamt fünf Kapiteln, inklusive einer DVD, dreht sich dabei alles um praxisorientierte Unterstützung und Erfolgsrezepte für das regionale Marketing. Das Handbuch beinhaltet einen Überblick über die Werbemittel und Services der profine-Marken, ein Marketing-„Kochbuch“, Checklisten und Planungshilfen sowie Infos zu Dienstleistungen wie dem profine-Projektmanagement und der Partnerakademie.

Konjunkturpaket mit Werbezuschüssen

Das profine-Konjunkturpaket erleichtert es dem Partnerbetrieb, professionell und zielgerichtet in Marketing und Werbung zu investieren. Denn profine fördert ausgewählte Werbeaktionen mit bis zu 50 Prozent der Kosten. Insgesamt kann der jeweilige Kundenbetrieb einen Zuschuss von bis zu 3.000 Euro erhalten.

Dabei hat der Partnerbetrieb eine große Auswahl an geförderten Aktionen, die auch im Marketing-Handbuch vorgestellt werden: Angefangen bei der Energiespar-Aktion mit Thermometer-Set über Maßnahmen zu den Themen Sicherheit und gesundes Raumklima bis hin zur Showroom-Gestaltung, Fahrzeugbeschriftung und Vertriebsseminaren.

26.05.2011

Unternehmenskommunikation:
Martin Schweppenhäuser
Telefon +49 (0) 6331 / 56-18 04
Telefax +49 (0) 6331 / 56-15 15
martin.schweppenhaeuser@
profine-group.com

Herausgeber:
profine GmbH
International Profile Group
Mülheimer Straße 26
53840 Troisdorf
Telefon +49 (0) 2241 / 9953-0
Telefax +49 (0) 2241 / 9953-3561
info@profine-group.com
www.profine-group.com

Starke Marken:



Selbstverständlich werden beim profine-Konjunkturpaket auch die neuen Aktionen Renovierungs-Mailing und Lärmtest gefördert.

Renovierungs-Mailing

Die neue Verkaufsförderungsaktion „Renovieren – aber mit Fachmann“ soll den Partnerbetrieb dabei unterstützen, sich als kompetenten Fachbetrieb, und damit als erste Adresse für Renovierungsarbeiten, zu positionieren.

Gleichzeitig ist die Aktion so angelegt, potenzielle Neukunden schnell und überzeugend auf die Vorteile eines Fenstertausches aufmerksam zu machen. Das auffällige, großformatige Info-Mailing spielt dabei plakativ die „vier Asse“ moderner Kunststofffenster aus: Energiekosten-Reduzierung, ruhiges und sicheres Wohnen, mehr Lebensqualität und Steigerung des Immobilienwertes.

Gestaffelte Aktionsmodule, vom Basispaket zur Selbstverteilung bis zum gezielten Mailing per Post, gehören ebenso zu diesem VKF-Paket wie umfangreiche Individualisierungsmöglichkeiten für den Fachbetrieb.

Lärmtest mit Ohrstöpseln

Die neu konzipierte Aktion Lärmtest ist sehr gezielt auf Gebiete mit erhöhter Lärmbelastung ausgerichtet und beinhaltet neben einem Info-Paket ein Testset mit Ohrstöpseln. Mit ihnen kann der Renovierer unmittelbar nachvollziehen, welchen Gewinn an Wohnkomfort er mit dem Einbau neuer Fenster erzielt. Denn die Ohrstöpsel bieten in Verbindung mit konventionellen Fenstern einen ähnlichen Schallschutz wie zeitgemäße Schallschutzfenster, die an Hauptverkehrsstraßen eingesetzt werden (39 dB (A)).

Die Lärmtest-Aktion ist modular in mehrere Pakete gestaffelt. Optional sind dabei auch Lärmkarten für bestimmte Gebiete, in denen offiziell definierte Lärmzonen eingetragen sind. Diese können dem Fachbetrieb helfen, das Potenzial an Lärmschutzmaßnahmen in einer bestimmten Region zu erkennen und damit sein Zielgebiet genau festzulegen.

In der höchsten Ausbaustufe beinhaltet das Lärmtest-Paket einen so genannten Profi-Lärm-Check mit elektronischem Schallmessgerät für die exakte Messung vor Ort.

Joachim Reufels: „Die hervorragende Resonanz der Teilnehmer an unserer Kundenveranstaltung im März hat gezeigt, dass wir mit den neuen Marketing-Werkzeugen auf dem richtigen Weg sind, ihnen im aktuellen Umfeld direkt und nachhaltig Unterstützung zu bieten. Die Werbemittel erfordern vom Kunden kaum Handlingaufwand und kommunizieren handfeste Argumente“.

Starke Marken:





Das neue VKF-Paket von profine ist jeweils im Erscheinungsbild der Marken erhältlich und umfasst vier Teile: das Marketing-Handbuch, das profine-Konjunkturpaket sowie die Maßnahmenpakete Renovierungs-Mailing und Aktion Lärmtest.

Über profine:

Die profine GmbH - International Profile Group – ist der weltweit führende Hersteller von Kunststoff-Profilen für Fenster und Türen sowie namhafter Anbieter von Sichtschutz-Lösungen und PVC-Platten. Das Unternehmen entstand im Jahr 2003 durch die Zusammenführung der Profilkaktivitäten (KBE, KÖMMERLING, TROCAL) der HT TROPLAST und beschäftigt rund 3.200 Mitarbeiter, davon 1.800 in Deutschland. Die Produktionskapazität liegt bei circa 450.000 to. mit 28 Standorten in 21 Ländern.

Produktionsstandorte befinden sich in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Russland, der Ukraine, den USA und China. Die Unternehmenszentrale befindet sich in Troisdorf / Nordrhein-Westfalen.

Weitere Infos: profine GmbH, Unternehmenskommunikation, Zweibrücker Straße 200, 66954 Pirmasens, Telefon (06331) 56-0, Telefax (06331) 56-1515, Mail und Internet : info@profine-group.com, www.profine-group.de

Starke Marken:

