

Dokumentation



SUPERGLASS DÄMMSTOFFE

Unternehmen

DAS IST...

...der Beginn der vorgesehenen Offensivstrategie: Mit einer neuen Wort-Bildmarke und akzentuierten Maßnahmen soll die Etablierung im Markt erreicht werden.



SUPERGLASS-Dämmstoffe gehören zum Geschäftsbereich der britischen ENCON-Gruppe, dem Marktführer von Dämm- und Isolierstoffen in England.

Im europäischen Ranking nimmt ENCON den dritten Platz ein. SUPERGLASS steht in Deutschland

noch am Beginn.

Das erklärte Ziel: Mittelfristig den vierten bis fünften Platz im Markt erreichen. Langfristig zu den Marktführern Deutsche Rockwool (Marke Rockwool) und Grünzweig & Hartmann (Marke ISOVER) aufschließen.

DAS FÜHRT...

...zu der klaren **Aufgabenstellung**, für SUPERGLASS einen neuen Markenauftritt zu kreieren, der sich deutlich von dem der Marktführer abgrenzen soll.

...zu den **Zielsetzungen:**

SUPERGLASS-Vertriebsmannschaft:
Information und Motivation derselben zur Forcierung des Hineinverkaufs in den Fachgroßhandel.

Fachgroßhandel:
Pflege des Großhandels als Vertriebs- und Beratungsplattform sowie Ausbau des Händlernetzes.

User:
Aufbau des Bekanntheitsgrades und Schaffung von Nachfragedruck.

...zu der verabschiedeten **Strategie:**

SUPERGLASS-Vertriebsmannschaft:
Leistungsbereitschaft und Durchsetzungswillen mit attraktiven Incentives fördern.

Fachgroßhandel:
Das Beratungs-Know-how durch individuelle Serviceleistungen stärken und den Abverkauf durch massive Kommunikation forcieren.

User:
Durch qualifizierte, aufmerksamkeitsstarke Kommunikation die Nachfrage entwickeln.



SUPERGLASS DÄMMSTOFFE GMBH

SUPERGLASS-Dämm- und Isolierstoffe werden durch die SUPERGLASS Deutschland Vertriebs GmbH repräsentiert. Im Sinne der Markenpflege erfolgt der Vertrieb ausschließlich über den Fachhandel.

Werbung

DAS PRÄGT...

...den **Charakter der Werbung:**
nicht vordergründige Heraus-
stellung technischen Nutzens
bestimmt die Visualisierung.

Die **emotionale Dramatisierung**
des Folgenutzens vernünftiger
Dämmung steht im Mittelpunkt.
Eine bessere Symbolik für Wärme,
Behaglichkeit und Schutz als das
Schlüsselmotiv „Baby im Schlaf“ ist
kaum denkbar.

Der entwickelte Claim bringt es auf
den Punkt:
SUPERGLASS – Gut Dämmen für
ein besseres Leben.

Gut Dämmen für ein besseres Leben.

DAS DIENT...



...als Grundlage für eine vielseitige **Imagebroschüre**, 4x geschaltet als Beilage in den wesentlichen Fachzeitschriften.

Bewusster Einsatz des Mittels „Beilage“, um nicht im Anzeigenfriedhof verschiedener Fachzeitschriften unterzugehen, aber auch als effiziente Möglichkeit, mehr Unternehmensinformation via Broschüre zur Zielgruppe zu transportieren.

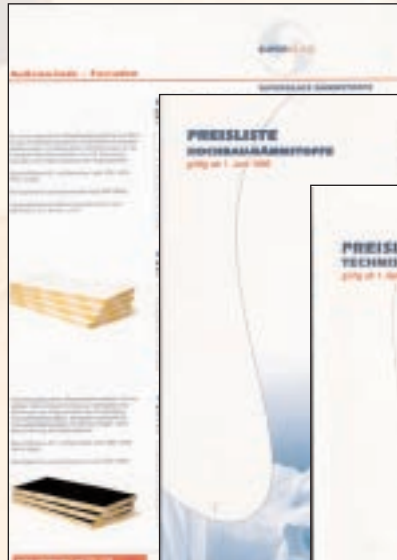


Verkaufsförderung

DAS MUSS...

...letztlich zu einer **homogenen Kommunikation** auf allen Ebenen führen. Das erklärte Ziel: Die konsequente Durchsetzung der neuen Werbeidee.

Hier Beispiele aus dem Bereich der Verkaufshilfen. Besonders gefragt: Das Individual-Gewinnspiel für Fachhandelspartner zum Einsatz auf Haus- und Regionalmessen sowie bei „Tagen der offenen Tür“.



Datenblatt



Preisliste Hochbau-Dämmstoffe



Preisliste Technische Dämmstoffe



Folder „Dämmpaket“



Individual-Gewinnspiel

Verkaufsförderung Messemarketing

DAS RUNDET...



...die Maßnahmenpalette ab.

Beispiel:

bautec '96 – die Megamesse für Bau- und Dämmstofftechnik in Berlin. Ein Muss für die Branche, ein Muss für SUPERGLASS, um Akzente zu setzen.

Die Fußball-Europameisterschaft im gleichen Jahr – DAS aktuelle Incentive-Thema, das SUPERGLASS als Grundlage des Messekonzeptes einsetzte.

Originell und aufmerksamkeitsstark die Umsetzung des Themas im typischen SUPERGLASS-Stil.



DAS BEGINNT...

Direktmarketing

...mit einer **originellen Einladung** und einem pfiffigen Incentive: Das EM-Almanach – alle Spiele im Überblick und eine historische Rückschau, verpackt im handlichen Briefaschenformat.



Einladungs-Mailing für Fachhandelspartner und User.



EM-Almanach

Verkaufsförderung Messemarketing

DAS SETZT SICH FORT...

...mit einem Modul-Messestand-system, um sich den unterschiedlichen Anforderungen variabel anpassen zu können.

Overall ein excellentes Beispiel, wie man mit geringen Budgetmitteln trotzdem hohe Aufmerksamkeit schaffen kann.

Das Ergebnis: 30 % neue Kundengewinnung!

...auf der bautec '96 mit einer speziellen Videosäule und dem vergnüglichen Kurzfilm „Das Fußballspiel der Tiere“.

...mit dem Messerfolgspiel „Reise zur Fußball-Europameisterschaft“.

...mit dem Blickfangelement „Acrylsäule“ und dem Incentive „Fußball“ für jeden Messegast.



DAS ERFORDERT...

...auch eine **Kontaktpflege** mit sehr **persönlicher Prägung**.

Engeladen waren Presse und VIP-Kunden zum zünftigen Alt-Berliner Stammtisch. Die urgemütliche Berliner Gasthaus-Brauerei sorgte nicht nur für ein unverwechselbares Ambiente, sondern auch für ein exzellentes, frisch vor Ort gebrautes Bier.

Die Resonanz auf diese Maßnahme war überwältigend, weil hier die Typik des Messestandortes Berlin auf unaufdringliche Weise im Konzept aufgegriffen wurde.

Nicht Protz und Prunk dominierten, sondern Augenmaß und Pffiffigkeit.



Verkaufsförderung Media

IM FOLLOW-UP...

...wird die **Kernidee der werbli-chen Dramatisierung** konsequent fortgesetzt – hier am Beispiel der Produktinnovation „Doppelpack“.

Dies ist nichts anderes, als das Raumvolumen von zwei Standard-Dämmpaketen auf die Hälfte zu komprimieren.

Der **Vorteil** liegt auf der Hand: Halbierung der Transportkosten und ökonomische Lagerung und Handhabung des Materials in der Weiterverarbeitung.

Der **Info-Beileger**, geschaltet in den wesentlichen Fachzeitschriften, brachte eine Erhöhung der durchschnittlichen Auftragsquote von über 26%.



SUPERGLASS
DOPPELPACK
ICH BIN ZWEI PAKETE

Endlich Der Vorteilpack, der bei gleichem die doppelte Menge Dämmstoffplatten (WU)

SUPER!
IHRE VORTEILE

- halbe Transportkosten
- halbe Lagerfläche
- halbe Be- und Entladezeit
- mehr Wettbewerbsfähigkeit

SUPER!
VORTEILE FÜR IHRE KUNDE

- ein- statt zweimal Treppen steigen
- ein- statt zweimal Leitern erklettern
- ein- statt zweimal zum Entsorgungs-Container
- halbe Krankkosten auf der Großbaustelle

SUPERGLASS
SUPERGLASS DÄMMSTOFFE GMBH

Da DOP
Tel 0
Fax 0
Super
Twe...

Info-Beileger Rückseite



DOPPELPACK

SUPERGLASS
SUPERGLASS DÄMMSTOFFE GMBH

Gut Dämmen für ein besseres Leben.

Info-Beileger Vorderseite



Copyright

© 1998 . . .

... mp marketing promotion GmbH,
Flörsheim.

Alle Rechte vorbehalten.

Diese Dokumentation ist urheberrechtlich geschützt und darf ohne vorherige, ausdrücklich schriftliche Genehmigung der mp marketing promotion GmbH weder kopiert

noch fotokopiert, reproduziert, übersetzt oder unter Verwendung elektronischer Hilfsmittel verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.