

Marketing-Pakete unterstützen bei Beratung und Verkauf

Bei der Flut an Werbeangeboten in unserem medialen Zeitalter sollte man fast glauben, daß die Menschen gegen Marketingaktionen resistent werden könnten. Das dem nicht so ist, zeigen immer wieder erfolgreiche Kampagnen. Die Aktionen der Fa. Ritto, Haiger, waren 1998 sehr erfolgreich und starten auch in diesem Jahr gut durch.

Marktfähige Produkte sind Voraussetzung

Grundvoraussetzung für jeden erfolgreichen Verkauf sind marktfähige Produkte. Diese bietet die Fa. Ritto in einem breiten Spektrum rund um die Gebädekommunikation an. Vom 2-Draht-Bussystem TwinBus, über Briefkastensysteme und Türstationen bis zu TK-Anlagen reicht die Produktpalette. Doch marktfähige Produkte sind heute nur die „halbe Miete“. Es kommt immer darauf an, potentielle Kunden für sein Angebot zu interessieren, zu begeistern und zu überzeugen.

Um das zu erreichen, ist ein zielgruppenspezifisches Marketing unabdingbar. Da hier jedoch auch Investitionen notwendig sind, meinen viele Unternehmer im Elektrohandwerk immer noch, darauf verzichten zu können.

Wie die eigenen Aufwendungen für ein effizientes Marketing reduziert werden können, zeigen vielfältige Aktionen zahlreicher Hersteller in den letzten Jahren. Zweifellos zählen die Marketing-Pakete der Fa. Ritto dazu. Bereits zwei dieser Pakete hat Ritto in 1999 schon geschnürt und leistet damit einen Beitrag für ein effektives Verkaufsklima im Elektrohandwerk.

Paket 1: Alles TwinBus oder was?

Bereits im vergangenen Jahr erreichte die TwinBus-Technik von Ritto den Status der meistverkauften Türsprechanlage mit 2-Draht-Bustechnik in Europa. Durch diese Technik und das systematisch kombinierbare Produktsortiment konnte auch der Gesamtumsatz des Herstellers maßgeblich gesteigert werden. Zum Anfang des Jahres begann nun das verstärkte Marketing für dieses Segment. Die neue Aktion „Alles

TwinBus oder was?“ unterstützt gezielt den ABERKAUF des TwinBus-Systems bei Großhandel und Installateur. Das Aktionspaket (Bild 1) ist auf die Zielgruppe der Bauherren abgestimmt. Es umfaßt Produktprospekte, Anzeigenvorlagen, Muster-texte für Mailings und Thekendisplays für einen starken Auftritt im Verkaufsraum. Das komplette Marketing-Paket kann direkt beim Hersteller kostenlos geordert werden. Neue Fakten und aktuelle Zahlen zur Arbeitszeiterparnis findet der interessierte Installateur in der TwinBus-Infobroschüre und in der Fachpresse. Begleitet wird die Marketing-Aktion von einem großen Aufkleber-Gewinnspiel. Wer den TwinBus-Aufkleber an Auto, Ladentür oder Schaufenster anbringt und die Teilnahmekarte zurückschickt, kann einen von 999 attraktiven Preisen gewinnen.

Paket 2: Wenn der Briefkasten sehen, hören und sprechen kann

In dieser Marketing-Kampagne werden Briefkastensysteme mit Türsprech- und Videoanlagen vorgestellt. Briefkästen mit integrierten Tür- oder gar Videosprechanlagen sind für immer mehr Bauherren eine gute Lösung, wenn es um

Komfort und Sicherheit bei der Gestaltung des Eingangsbereiches geht. Die Marketing-Kampagne soll jetzt die Vielseitigkeit der modernen Briefkastenanlage noch mehr Bauherren bekannt machen.

Im Mittelpunkt der Aktion steht die modulare Ausbaufähigkeit und Vielfalt der Briefkastenanlagen Vista (Bild 2), die mit allen Funktionen einer modernen Türstation ausgestattet werden können. Von der Türsprechanlage über die Videouberwachung bis hin zur ISDN-Anlage – z.B. für die Weiterleitung des Klingelsignals auf ein Handy – lassen sich die Ritto Produkte mit der Briefkastenanlage kombinieren. Alle Briefkasten-Modelle können mit der TwinBus-Technik ausgerüstet werden. Der modulare Aufbau ermöglicht durch die Verwendung der TwinBus-Funktionsmodule eine schnellere und verpolungssichere Installation als die herkömmliche 1+n-Technik.

Einsetzbar ist die Vista-Briefkastenanlage sowohl bei Ein- und Mehrfamilienhäusern als auch bei umfangreichen Wohn- und Büroobjekten. Es besteht die Möglichkeit, zwischen Aufputz, Unterputz und freistehender Variante oder dem Einbau mit vorder- oder rückseitiger Entnahme zu wählen. Vista Briefkastenanlagen sind flexibel und passen sich allen Gebäudegegebenheiten optimal an.

Vielseitig zeigen sich auch die optischen Gestaltungsmöglichkeiten der Vista Briefkastenanlagen. Der Bauherr kann nicht nur zwischen den Farben der RAL-Skala (840 HR) und der trendgemäßen Edelstahl-Ausführung entscheiden, sondern seine Anlage auch individuell in verschiedenen Farben und Qualitäten zusammenstellen lassen. Auch dieses Aktionspaket leistet Verkaufsunterstützung mit Anzeigenvorlagen, Presse- und Mailingtexten, Bauherrenflyer und Displays. Es kann ebenfalls kostenlos bei Ritto geordert werden.

INFO

Ritto-Werk Loh GmbH & Co. KG
Rodenbacher Straße 14
35708 Haiger
Tel.: (0 27 73) 812-0
Fax: (0 27 73) 812-333



1 Anzeige, Flyer und Display zur Endverbraucheransprache

2 RITTO Vista Sonderlackierung „Piet Mondrian“

