

WERBEKONZEPTE FÜR IMAGEGEWINN



**Ganzheitliche Werbekonzepte, bei denen Gestaltung und Marketing ineinander greifen, versprechen Erfolg.
Die Werbeprofis von Dowe wissen, was zu tun ist.**

DIE KOMBI MACHT'S

als Händler stellt sich einem immer wieder die große Frage nach der Außenwirkung des eigenen Geschäfts: „Welche Meinung hat der Kunde von uns gewonnen, welches Image haben wir auf dem Markt?“ In den letzten Jahren hat sich hier vieles stark verändert, die Anforderungen sind gewachsen. Und was früher nur für größere Betriebe galt, wird im digitalen Zeitalter auch von kleinen Betrieben erwartet. „Wir beobachten seit einigen Jahren eine starke Entwicklung am Markt. Die Leute erwarten von ihrem örtlichen Radhändler einfach mehr. Viele Händler verändern ihr »Gesicht«, um mit diesem Trend mitgehen zu können“, berichtet Martin Vetter. Eine frische Optik ist gefragt, im Ladeninneren wie auch von außen. Ebenso ist die Homepage vielleicht reif für einen Tapetenwechsel, denn das Design von vor zehn Jahren entspricht einfach nicht mehr dem, was heutzutage gefragt ist.

DOWE BIETET GANZHEITLICHE WERBEKONZEPTE

„Wir von DOWE stehen für ganzheitliche Werbekonzepte. Das umfasst sowohl die professionelle Gestaltung als auch die

Marketingplanung. Beides muss ineinander greifen – mit einem allein kommt man heute einfach nicht mehr weit. Wir betreuen unsere Kunden in allen Dingen von A bis Z“, erklärt Vetter und warnt: „Es bringt nichts, wenn ich mich in hochwertigem, neuem Design präsentiere, dafür aber marketingtechnisch vieles falsch mache. Der erhoffte positive Effekt bleibt dann aus.“

OBERSTE PRIORITY: ERFOLG FÜR DEN KUNDEN

„Der Erfolg für unsere Kunden steht bei uns an erster Stelle. Deshalb beschäftigen wir uns immer intensiv mit den Gegebenheiten vor Ort, um eine perfekte Werbestrategie entwickeln zu können.“ Um bei einem Kunden eine positive Entwicklung zu erreichen, werden zunächst die Ziele festgelegt. Anhand von Terminkalender und Kostenplan hat der Kunde immer den kompletten Überblick. Darauf aufbauend folgt die Gestaltung – das optische Erscheinungsbild spielt die zentrale Rolle: So wird das Image transportiert. Will man hauptsächlich mit Prozenten werben und dafür ein „Billig-Image“ in Kauf nehmen? Oder will man hochwertig auftreten und die kaufkräftige Klientel ansprechen?

„Der Trend geht ganz klar zur hochwertigen, professionellen Optik“, berichtet Vetter.

„Bei einer CI-Entwicklung haben wir immer die Konkurrenz vor Ort mit im Auge – durch unsere Gestaltung soll sich der Händler von seiner Konkurrenz deutlich abheben und als die bessere Wahl wahrgenommen werden!“

Ziel der Werbeprofis von DOWE ist es, dass ihre Kunden in der Öffentlichkeit ein positives Image erhalten. Das ist stets ein langwieriger Prozess, der von vielen Faktoren abhängt.

WICHTIG: KONSEQUENTE UMSETZUNG

Image-Werbung bringt nur selten direkten Rücklauf und muss als Investition in die Zukunft gesehen werden. „Sehr oft gibt es kleinere oder größere Probleme beim Kunden selbst. Hier muss zunächst eine Umstrukturierung im Betrieb stattfinden, bevor die Werbung gestartet wird – sonst greift das einfach nicht“, weiß Vetter aus Erfahrung.

„Was dem Kunden in der Werbung versprochen wird, sollte er auch im Laden vorfinden – sonst geht die ganze Sache nach hinten los.“ Ist im Laden alles im Reinen, ist es wichtig die Werbung konsequent umzusetzen. Ob Außenfassade, Arbeitskleidung, Fahrzeugbeschriftung oder Briefpapier: Über kurz oder lang muss die neue Gestaltung überall zu sehen sein. Ein Mix aus altem und neuem Design verwirrt die Kunden nur. Martin Vetter erklärt schlussendlich: „Unsere Kunden haben durch die oft jahrelange Zusammenarbeit einen anderen Stellenwert am Markt erhalten. Wenn das Konzept irgendwann aufgeht und alles einfach rund läuft, sind alle zufrieden: Wir und unsere Kunden!“ ■ www.dowe.de