

ELECTRONICPARTNER: MIT WERBEOFFENSIVE UND NEUEM GESCHÄFTSFELD IN DEN HERBST

Zug zum Kunden

ElectronicPartner hat sich für den Herbst ein umfangreiches Programm vorgenommen. Schwerpunkte bilden einerseits das „Wissensforum 2020“ als erste virtuelle Messe für die Kooperations-Mitglieder, andererseits die intensiviertere Fortsetzung der Marketingkampagne „EP:Ein gutes Gefühl, regional zu kaufen!“. Darüber hinaus eröffnet innovative 3D-Raumplanung neue Ertragschancen im B2B-Bereich.

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: ElectronicPartner | INFO: www.ep.at

ElectronicPartner hat sich seit Ausbruch der Covid-19-Pandemie nicht nur mit viel Einsatz um die Krisenbewältigung bei den Mitgliedern bemüht, sondern gerade diese schwierige Phase dazu genutzt, die Fachhändler mit gezielten Initiativen und perspektivischen Maßnahmen nachhaltig zu stärken. Augenscheinlichstes Resultat war und ist die im Frühjahr gestartete Multichannel-Kampagne „EP:Ein gutes Gefühl, regional zu kaufen!“, die nun im Herbst auf allen Kanälen intensiviert wird und mit erhöhter Taktfrequenz das Weihnachtsgeschäft entsprechend ankurbeln soll.

NÄHE VERMITTELN

Die Kampagne selbst thematisiert fünf Bereiche, die bei ElectronicPartner nicht erst seit Covid-19 wesentliche Aspekte darstellen:

1. Reparieren statt wegwerfen
2. Umweltgerechte Entsorgung von Altgeräten
3. Service – vor, während und nach dem Kauf
4. Nachhaltigkeit durch Qualität
5. Wertschöpfung in der Region halten

Gerade den letzten Punkt will die Kooperation nun noch stärker herausstreichen und den Konsumenten vermitteln,

dass bei ElectronicPartner Regionalität gelebt wird, dh dass der Kunde mit einem bewussten Einkauf beim EP:Fachhändler in der Nähe seinen lokalen Nahversorger unterstützt, Arbeitsplätze sichert und nachhaltig agiert.

Ein zentrales Element bildet hier der neue TV-Imagespot, der am 12. Oktober seine Premiere feierte. Darin werden

EP:Händler aus ganz Österreich professionell in Szene gesetzt, was für einen hohen Wiedererkennungswert sorgt und dem Aspekt der Regionalität eine neue Qualität verleiht. ElectronicPartner verfolgt bei der Kampagne weiterhin einen Multichannel-Ansatz, sodass neben dem Fernsehen auch im Hörfunk sowie in Social Media Kanälen von Facebook über Instagram bis hin zu YouTube für entsprechende Präsenz gesorgt ist. Darüber hinaus bleiben Kampagnen-Inhalte, -Logo und -Slogan im EP:Webshop sowie den Händler-Webshops integriert, ebenso in sämtlichen EP:Printausgaben und in Inseraten. Am POS machen die Integration am Virtual Shelf, am E-Plakat sowie Fensterkleber, Flyer, Aufsteller uÄ auf die Kampagneninhalte aufmerksam.



Ein gutes Gefühl, regional zu kaufen!

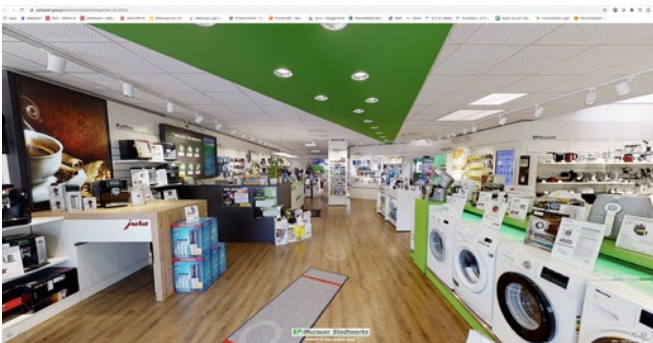


Die Kampagne „EP:Ein gutes Gefühl, regional zu kaufen!“ wird im Herbst kräftig forciert – ua mit einem neuen TV-Imagespot.

NEUE PERSPEKTIVEN

In Zusammenarbeit mit der Grazer camscan.group eröffnet ElectronicPartner seinen Mitgliedern ein völlig neues Betätigungsfeld: hochaufgelöste virtuelle 3D-Rundgänge. Diese dienen zur Dokumentation von Baustellen, als digitale Präsentation von Firmen, Produkten oder Immobilien auf Webseiten oder zu Werbezwecken.

Mit einer speziellen Kamera werden dabei 3D-Renderings zum „virtuellen Durchgehen“ in allerbesten Qualität für ein visuelles Verständnis von Räumen, ganzen Gebäuden samt Außenbereichen oder einzelnen Produkten erzeugt. Mit Unterstützung der Kooperationszentrale geht es für die Mitglieder darum, regionale Kunden zu akquirieren, vor Ort zu besuchen, mit der 3D-Kamera einen Datenscan vorzunehmen und die Aufnahmedaten hochzuladen. Zielgruppe dafür sind alle, die 3D-Ansichten eines Objektes für Werbung oder Planung brauchen.



EP:Murauer Stadtwerke sind bereits virtuell und in 3D begehbar.