

Blanco

Vermarktungsprogramm für die „Unit“

Freitag, 20.11.2020

Vor wenigen Wochen hat Blanco seinen Handelspartnern die „Blanco Unit“ vorgestellt – eine Einheit aus Armatur, Spüle und Abfallsystem für den hochwertigen Wasserplatz in der Küche. Das Unternehmen sieht sich nicht nur selbst als Spezialist für den Wasserplatz, sondern möchte auch seine Handelspartner als Experten gewinnen und sie mit einem breiten Spektrum von Werbemaßnahmen, die auch Konsumenten verstärkt ansprechen, gezielt unterstützen. An dem Vermarktungsprogramm „Unit-Partner“ kann jeder Handelspartner unverbindlich teilnehmen.

Den „Blanco Unit-Partnern“ stehen zur Präsentation der „Units drink.systems“ in den Verkaufsräumen neben Exponaten verschiedene Marketing-Pakete zur Verfügung, die ein prägendes Markenerlebnis am Point of Sale vermitteln sollen. Für Stefan Bregler, Leiter des Blanco Sales Marketings, ist der Schulterschluss mit den Handelspartnern von zentraler Bedeutung: „Uns ist es ein großes Anliegen, den Handel aktiv beim Verkauf der Produkte an die Konsumenten zu unterstützen“.

Das Team von Sales Marketing hat deshalb in enger Zusammenarbeit mit den Vertrieben das „Unit-Partner-Konzept“ entwickelt. Ein wichtiger Baustein ist das Training von Beratungspersonal und Monteuren. Dabei setzt Blanco auf Schulungen vor Ort und nutzt ebenso digitale Möglichkeiten. „Mit Fachwissen, Verkaufsargumenten und Installations-Knowhow kann der Handel sich als Spezialist am Wasserplatz qualifizieren und damit bei den Konsumenten punkten“, erläutert Bregler. Für die regionale Werbung der Partner stehen darüber hinaus grafische Vorlagen für Printmedien und Online-Kommunikation zur Verfügung.

Vermarktungsprogramm für die „Unit“

Links

- [Blanco](#)