electroplus küchenplus
Lässt Kunden nicht allein

Mittwoch, 25.03.2020

Die über 50 electroplus küchenplus-Fachhändler in ganz Deutschland lassen ihre Kunden auch in der Corona-Krise nicht allein und nutzen dazu das digitale Marketing. Die EK/servicegroup unterstützt das Händler-Versprechen „Wie sind für Sie da!“

Die staatlich angeordnete Schließung stationärer Fachgeschäfte trifft auch den Elektro- und Küchenfachhandel hart. Doch was passiert, wenn die Waschmaschine plötzlich ausfällt, der Kühlschrank nicht mehr kühlt oder der Backofen nicht mehr backt? Die über 50 electroplus küchenplus-Fachhändler in ganz Deutschland lassen ihre Kunden auch in der Corona-Krise nicht allein. Und ihre Verbundgruppe, die EK/servicegroup, unterstützt sie dabei mit entsprechenden aufmerksamkeitsstarken Kommunikationsmitteln.

„Grundsätzlich sind Ausfälle von Hausgeräten ja kein unlösbares Problem. In der aktuellen Lage allerdings, in der ein Rückzug in die eigenen vier Wände überlebenswichtig geworden ist, sind wir mehr denn je darauf angewiesen, dass technische Geräte funktionieren. Besonders in Zeiten, in denen Hygiene eine große Rolle spielt, ist es wichtig, dass Waschmaschinen und Geschirrspüler einwandfrei arbeiten“, umreißt Martin Wolf, Leitung Vertrieb und Marketing Elektro/Küche/Licht, die grundsätzliche Problematik aus Verbrauchersicht.

Als Problemlöser bieten sich hier die mehr als 50 Handelspartner an, die sich mit dem EK Shopkonzept electroplus küchenplus mit ausgeprägter Markenorientierung und Servicekompetenz am Markt etabliert haben. Und da die Menschen derzeit nicht in die Geschäfte kommen können, wenden sich die Händler jetzt über alle digitalen Kommunikations-Kanäle wie Website, Telefon, E-Mail, WhatsApp und Social-Media an ihre Kunden. Die dahinterstehende Botschaft heißt in jedem Fall: „Wir sind für Sie da.“

Digitales Marketing aus Bielefeld

Unterstützt werden sie dabei von den Marketing-Experten der EK. Weil der Auftritt in der Online-Welt zentral von Bielefeld aus organisiert wird, sprechen die Händler hier in den wesentlichen Punkten bundesweit eine gemeinsame Sprache. Beim Anklicken der Websites sehen die Kunden sofort, welche in der gegenwärtigen Situation gefragten Leistungen ihr Händler anbietet – Beratung per Telefon oder E-Mail, Lieferung, Montage, Reparatur, eventuell Online-Küchenplanung etc.

Slider für Home- und Landingpages werden ebenso bereitgestellt wie Grafiken mit den wichtigsten Informationen für Facebook-Einträge und Google My Business-Auftritte. Dabei liegt der besondere Fokus bei personalisierten Werbemaßnahmen, die für den Fachhändler über Social Media Ads lokal im Umkreis des Geschäftes ausgespielt werden. Eine Aktion mit Reinigungs- und Desinfektionsmitteln für Waschmaschinen in Zusammenarbeit mit einem Industriepartner trifft hier den Nerv der Zeit – weitere Aktionen sind in Vorbereitung.

Gemeinsam durch schwierige Zeiten

Doch nicht nur der Kontakt zu den Kunden läuft intensiv weiter: So steht das Team von Martin Wolf permanent in Kontakt mit den Handelspartnern. Tägliche Newsletter und das Händler-Extranet „EK Online“ liefern praktische Tipps, konkrete Handlungsempfehlungen und Kontaktdaten wichtiger Ansprechpartner, WhatsApp-Gruppen machen den Austausch untereinander leicht. Die persönliche Betreuung bleibt durch die EK Mannschaft im Innen- und Außendienst (auch im Homeoffice) sichergestellt. „Unsere Händler sind für ihre Kunden da und wir für unsere Händler. So werden wir diese Krisenzeiten gemeinsam überstehen“, schaut Martin Wolf trotz allem hoffnungsvoll nach vorn.

Lässt Kunden nicht allein

Links

- EK Servicegroup