

GfM-Trend

Neues Verkaufsjournal „La Natura“ erschienen

Mittwoch, 25.11.2015

„Ein Stück Urlaub Zuhause“, unter diesem Motto erschien jetzt das neue 112 Seiten starke „La Natura“-Verkaufsjournal. Wie es in einer Pressemitteilung von GfM-Trend heißt, erfreue sich „das Konzept aus natürlichen Möbeln zu (natürlich) kleinen Preisen bei den Händlern und vor allem beim Endkunden großer Beliebtheit“. Dies bestätige z. B. die österreichische La Natura-Händlerin Veronika Kotzent-Pietschnig (Möbel Pietschnig, Friesach): „Pro Journal, das wir dem Endkunden mitgeben, erzielen wir im Schnitt einen Auftrag. Für uns ist damit das Journal ein fester Bestandteil unseres Werbeplans“. Die Positionierung von La Natura basiere auf einem Mix aus attraktiven, natürlichen Möbeln in Verbindung mit einer hohen Preiswürdigkeit bei realitätsnaher, emotionaler Inszenierung. Der Preis des Produktes müsse „sexy“ sein und ein gutes Preis-Leistungsverhältnis widerspiegeln, heißt es bei GfM-Trend. Auf Rabatte und unrealistische Streichpreise kann das Konzept verzichten. Die größtmögliche Differenzierung, immer mit dem Blick auf eine hohe Verkäuflichkeit der Produkte, erreiche GfM-Trend durch eine Vielzahl an Exklusivprodukten, die im Journal angeboten werden, sowie mit exklusiven Foto-Inszenierungen. Bei der Auswahl der Produkte steht der zu erwartende Warenumsatz an erster Stelle. Bei den teilweise überschaubaren Flächen der GfM-Trend-Häuser müsste auf schöne Exoten verzichtet werden, denn am Ende stehe immer die Verkäuflichkeit und damit ein betriebswirtschaftliches Ergebnis. Insbesondere die Integration vieler La Natura-Lieferanten in das PAL System (Leistungssortiment zu Zuteilungspreisen ohne Abnahmeverpflichtung) habe neue Impulse gebracht und mache es den Händlern einfacher, an dem Modul teilzunehmen.

La Natura befinde sich weiter auf Wachstumskurs, betont man bei GfM-Trend, sowohl beim Umsatz, als auch bei den Teilnehmerzahlen. In Summe wuchsen z. B. die Lieferanten, die im Journal berücksichtigt wurden gegenüber dem Vorjahr um 12% und zählen beim Verband größtenteils zu den wichtigen Partnern. Dass GfM-Trend in der Vermarktung von Massivholz eine starke Positionierung für sich beansprucht zeige auch die Neuaufnahme von Häusern, so z. B. La Natura in Pfullingen, welches im ehemaligen Team 7-Haus in Pfullingen auf 1.100 qm eine attraktive Lifestyle-Präsentation geschaffen, und das komplette CI von La Natura für seinen Auftritt übernommen hat.

[zum Seitenanfang](#)