

# Aussicht auf ein Happy End

Zeit zum Renovieren? Die Kreativen von Metzgerlehner helfen den Wohneigentümern bei einer schwierigen Entscheidung und haben dazu eine Kampagne für die Fenster der 4B-Gruppe entwickelt.



Die 4B-Gruppe ist ein in 4. Generation geführtes Schweizer Traditionsunternehmen mit Sitz in Hochdorf und Niederlassungen in der ganzen Schweiz. Das im Fassaden- und Fensterbau tätige Familienunternehmen bietet qualitativ hochwertige und innovative Produkte wie zum Beispiel das einzige Schweizer Minergie-Renovationsfenster aus Holz-Aluminium.

Für die Zielgruppe der Wohneigentümer entwickelte Metzgerlehner eine Marken-Kampagne, die nicht nur dem Imageaufbau dient, sondern gleichzeitig auch im Verkauf Akzente setzt. Die Kampagne kombiniert die Vorteile der hervorragenden Produktqualität von 4B-Fenstern mit einem emotiona-

len Benefit, über den sich die Marke differenzieren kann: Die Zielgruppe verbindet das Renovieren grundsätzlich mit Sorgen und Unsicherheit – Sorgen darüber, dass man es mit komplizierten Abläufen zu tun hat, dass alles teurer wird als geplant, dass Dreck gemacht wird, dass Termine nicht eingehalten werden, dass schludrig gearbeitet wird oder dass Schäden entstehen.

Die Kampagne will in dieser Situation der Zielgruppe bei ihrer schwierigen Entscheidung helfen – mit einem Versprechen, das vom Marktführer 4B auch eingelöst werden kann: Wie in einem schönen Hollywoodfilm verspricht 4B ein Happy End. Dank des patentierten Produktes wie auch des sauberen

und schonenden Einbauprozesses braucht sich die Zielgruppe keine Sorgen zu machen. Denn nur 4B hat das Fenster mit eingebautem Happy End. Dieses spielt sich beim Ausblick in den Garten ab.

«Mit dem Leitmotiv des Happy Ends wurde eine Metapher gewählt, die wie keine andere für sorgenfreies Glück steht und bei der jeder sofort ein positives Bild im Kopf hat», erklärt dazu CD Michael Rottmann. Die Kampagne umfasst neben den drei TV-Spots, welche von Pumpkin Films und der Regisseurin Alexandra Fisher in entsprechend «grandioser Hollywood-Manier» umgesetzt wurden, viele weitere Werbemittel wie Online, Anzeigen, Flyern und Promotionen.

pan

# Touch! Point! Sieg!

Auf Tuchfühlung mit dem Kunden von heute: Mit ihrem Sachbuch «Touchpoints» hat Anne M. Schüller aktuell gültige Managementstrategien für unsere neue Businesswelt entwickelt und damit einen Bestseller gelandet.

Die Digitalisierung und das mobile Internet haben die Beziehungen zwischen Unternehmen und Kunden grundlegend verändert. Die entscheidenden Fragen dabei: Wie gelingt es, in diesen neuen Zeiten die zunehmende Vielfalt der Kundenkontakte zu meistern? Wie kann man auch heute noch die Menschen berühren und somit wertvolle Pluspunkte sammeln? Und wie muss ein Anbieter fortan aufgestellt sein, um schliesslich den Sieg zu erringen?

Die Hörbuch-Edition «Touchpoints» von Anne M. Schüller, Bestsellerautorin und Vordenkerin in Sachen Touchpoint-Management, gibt eine Fülle von Antworten darauf.

Auf insgesamt acht CDs wird umfassend erläutert, was veraltet und was neu ist in Management, Service, Sales und Marketing. Und wie unsere neue Businesswelt wirklich tickt. Unkompliziert, auf heitere Weise und überaus praxisnah wird gezeigt, wie man «vollends loyale Kunden» gewinnt und wie sich über emsige Fans und aktive Weiterempfehlen das Neugeschäft sichern lässt. Die internen Rahmenbedingungen, die nötig sind, um diese hehren Ziele zu erreichen, werden ebenfalls ausführlich besprochen. Hierzu hat Managementconsultant Schüller zwei

Konzepte entwickelt, die sich in Form vierstufiger Prozesse umsetzen lassen: das Customer-Touchpoint-Management, das die Kundenbeziehungen in unseren Zeiten von «social» und «mobile» passend gestaltet, sowie das eigentliche Mitarbeiter-Touchpoint-Management, das die Beziehungen zwischen Führungskraft und internen Kunden neu strukturiert. Zahlreiche Checklisten sowie ein reicher Fundus an Beispielen und Tipps verdeutlichen, wie beides ganz genau funktioniert.

Das gleichnamige Buch zum Thema war Bestseller in Deutschland, Österreich und der Schweiz und erhielt auch den Deutschen Trainerbuchpreis 2012.

Anne M. Schüller ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfach ausgezeichnete Autorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als Europas führende Expertin für Loyalitätsmarketing und ein kundenfokussiertes Management. Sie referiert in den höchsten Kreisen der Wirtschaft und ist Gastdozentin an mehreren Hochschulen.

pan

