



Marketing-Vorschau 2013



Weiter denken. Weiter kommen.

Liebe telering- und Markenprofi-Fachhändler, wohin kurzfristiges Gewinnstreben und die Gier nach maximaler Rendite führen, können wir alle in der letzten Zeit zur Genüge beobachten: Gewissenlose Banker fahren ganze Volkswirtschaften an die Wand, die scheinbar übermächtige Konkurrenz der Großfläche und des Internethandels häuft trotz steigender Umsätze Millionenverluste an, und einige Politiker denken wie eh und je nicht weiter als bis zum nächsten Wahltermin.

Langfristig zu denken, sich klare Ziele zu setzen und konsequent eine Strategie zu verfolgen ist heute leider nicht mehr en vogue. Deshalb haben wir das Jahr 2013 ganz bewusst unter das Motto „**Weiter denken. Weiter kommen.**“ gestellt. Ein eigentlich unspektakuläres, selbstverständliches Statement, das aber unsere innerste Überzeugung und unsere langjährige Unternehmensstrategie „**IQ – Immer Qualität**“ perfekt auf den Punkt bringt: Eine Strategie, die aufgeht. Das beweisen nicht nur unsere Umsatz-, sondern auch unsere steigenden Mitgliederzahlen.

Dass wir diese Strategie so konsequent verfolgen können, verdanken wir auch Ihnen, unseren Fachhändlern. Denn im Gegensatz zu Börsenjunkies und Shareholdern wissen Sie als selbstständige Unternehmer, dass es im Geschäftsleben nicht immer nur bergauf gehen kann. Dass auf gute Zeiten auch mal schwächere Phasen folgen können, und dass dies kein Grund zur Panik ist und kein Anlass, einen Kurs zu ändern, von dem man selbst überzeugt ist.

Weiter denken. Weiter kommen. – Das bedeutet, mit glaubwürdigen, fairen Preisen und ausgezeichnetem Service eine faire Rendite zu erwirtschaften. Das heißt, den Kunden auf Augenhöhe zu begegnen und sie über Jahre zu treuen Stammkunden zu machen. Im örtlichen Gemeinwesen nicht nur eine wirtschaftliche, sondern auch eine sozial bedeutende Rolle zu spielen. Sich zu fragen, wo man mit dem eigenen Geschäft in fünf oder zehn Jahren steht.

Den sichtbarsten Ausdruck findet unser Jahresmotto jedoch in unserem Marketing-Auftritt. Wir spielen nicht auf kurzfristige Schock- oder Überraschungseffekte, sondern verfolgen unsere IQ-Strategie, verkörpert durch die sympathische QualiFee®, konsequent weiter. Unsere Philosophie bei Geschäftsausstattung, Werbemitteln und Ladenbausystem wird in bewährter Weise auch 2013 gelebt und um neue Ideen bereichert.

Wie jedes Jahr stellen wir Ihnen wieder eine ganze Reihe attraktiver **Hersteller- und Themenaktionen** zur Verfügung. Entscheiden Sie selbst, welche am besten zu Ihrem Sortiment und zu Ihrer Zielgruppe passen. Außerdem wird es auch wieder mindestens zwei **Image-Aktionen** geben, in denen wir aktuelle Fachhandelsthemen auf den Punkt bringen und die wir Ihnen kostenlos zur Verfügung stellen. In unserem **Tischkalender** finden Sie neben wichtigen Bestellterminen wieder Woche für Woche Anregungen und Tipps für erfolgversprechende Vermarktungsaktionen.



Nutzen Sie die ruhigeren Tage nach Weihnachten, nutzen Sie unser Werbemittel-Paket und erstellen Sie Ihren individuellen Werbeplan fürs neue Jahr. Halten Sie sich einfach an unser Jahresmotto: „Weiter denken. Weiter kommen.“ Blicken Sie nach vorne und umwerben Sie Ihre Kunden. Es lohnt sich!

Zunächst aber wünsche ich Ihnen und Ihrer Familie erholsame Weihnachtstage sowie ein mit Glück und Gesundheit gesegnetes neues Jahr.

Herzlichst
Ihr Franz Schnur

MARKETING-BAUKASTEN

Werden Sie zur Erfolgsmarke!

Als Fachhändler vermarkten Sie die unterschiedlichsten Marken und Serviceleistungen von Unternehmen, die jeweils einen ganz eigenen guten Marketing Auftritt pflegen. Wenn Sie als Fachhändler in Ihrer Werbung und Ladengestaltung aber lediglich auf die Werbemittel der Lieferanten zurückgreifen, verwischt in diesem bunten Sammelsurium an Logos, Slogans und Botschaften Ihr eigenes persönliches Profil.









Nutzen Sie vielmehr die telering-Marketingaktionen, die die Leistungen Ihres Fachgeschäftes in den Mittelpunkt stellen. Hiermit kommunizieren Sie Ihren Kunden Ihre guten Gründe, Ihr Fachgeschäft zu besuchen und kombinieren Ihre Leistungen mit Ihrer Produktauswahl.



MARKETING-BAUKASTEN

Gewinnen Sie Ihr eigenständiges Profil

Was Sie brauchen, ist ein eigenständiger Markenauftritt, auf gut Neudeutsch ein unverwechselbares Corporate Design, kurz CD. Als Mitglied der telering-Kooperation genießen Sie den großen Vorteil, alles, was ein solches CD ausmacht, zu besonders günstigen Konditionen zu bekommen:

-  **Geschäftsdrucksachen**
-  **Fahnen**
-  **Kfz-Beschriftung**
-  **Hersteller- und Themenaktionen**
-  **Poster**
-  **Schaufenster- und Deko-Elemente**
-  **Website**
-  **Laden- und Fassadenelemente**

BEISPIEL WERBEPLANUNG 2013

telering-Fachhändler Max Mustermann macht pro Quartal eine Aktion:
Er lässt jeweils 3.000 Prospekte verteilen, schaltet eine Anzeige und verschickt 150 Werbebriefe.

| | Januar – März | April – Juni | Juli – September | Oktober – Dezember |
|--|----------------|----------------|------------------|--------------------|
| 3.000 Prospekte (1.000 Stück je € 58,-) | € 174,- | € 174,- | € 174,- | € 174,- |
| Verteilkosten (1.000 Stück je € 39,-) | € 117,- | € 117,- | € 117,- | € 117,- |
| Prospekte gesamt | € 291,- | € 291,- | € 291,- | € 291,- |
| Anzeige 1 x schalten | € 100,- | € 100,- | € 100,- | € 100,- |
| 150 Mailings als Infobrief (Porto je € 0,58) | € 87,- | € 87,- | € 87,- | € 87,- |
| Werbekosten pro Quartal | € 478,- | € 478,- | € 478,- | € 478,- |

Gesamtkosten Aktionen 2013: € 1.912,-

Die günstigste und professionellste Art zu werben

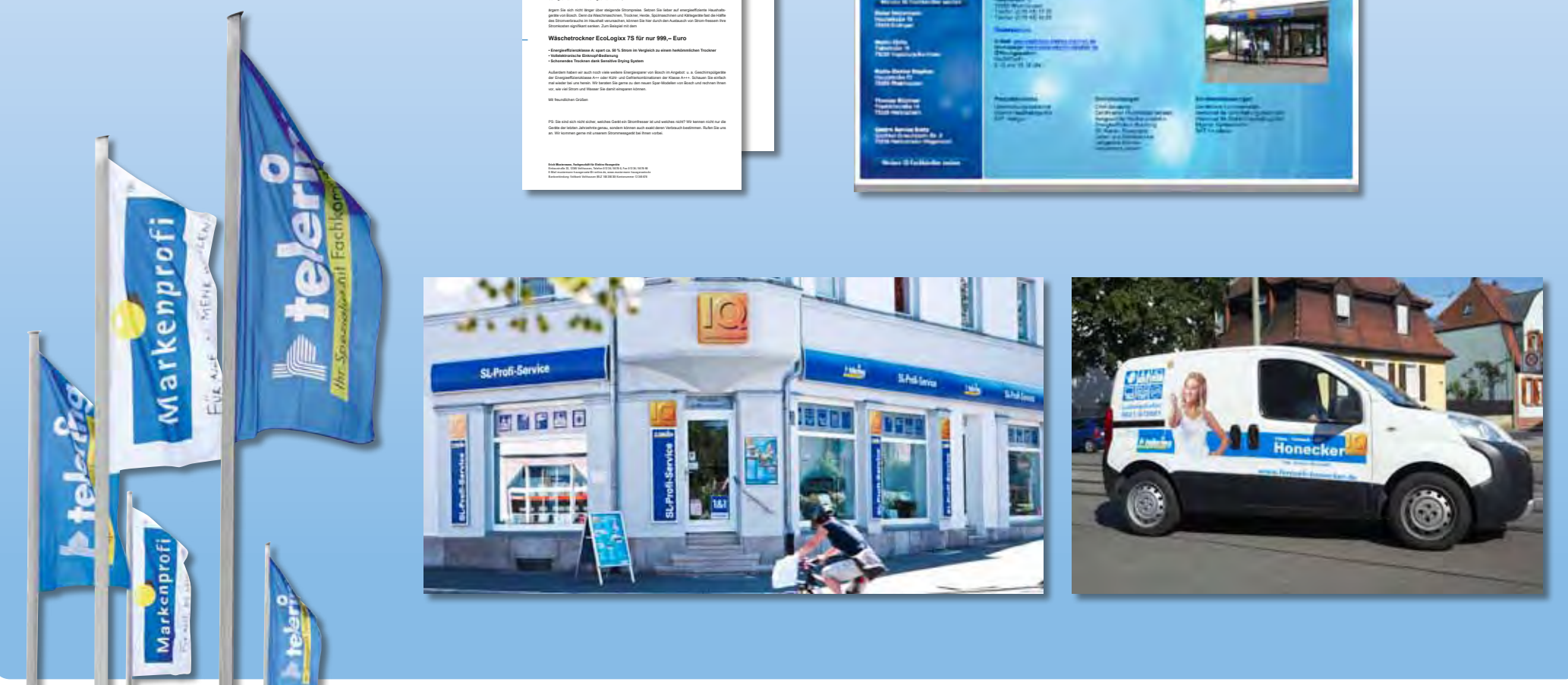
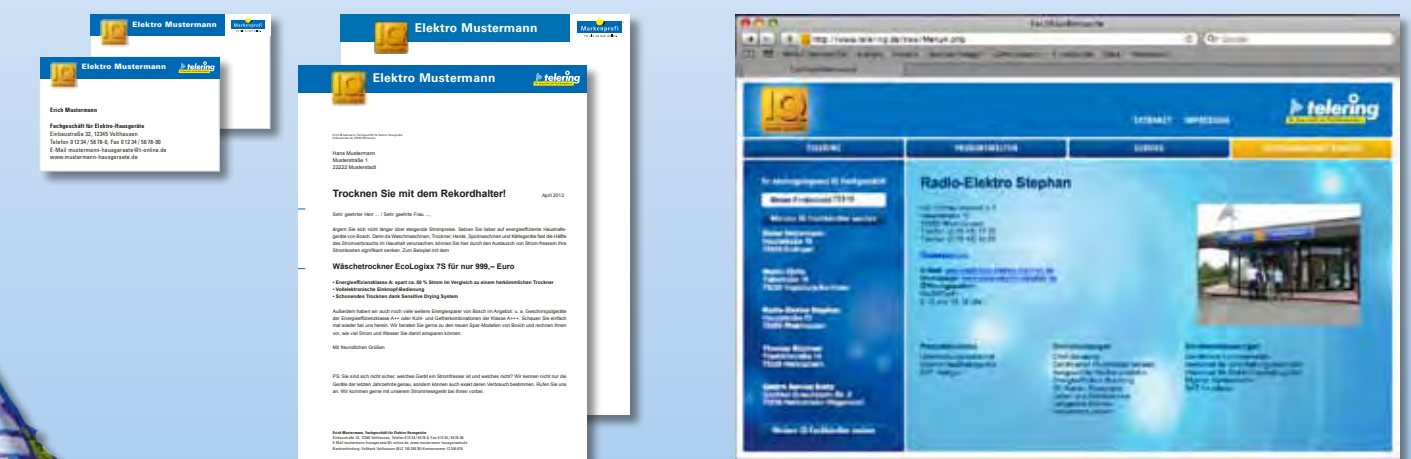
Sie bezahlen lediglich die Firmeneindruckkosten – und das noch zu einem subventionierten Preis. Den größten und aufwändigsten Posten – Grafik-Design, Fotografie, Text und Programmierung – übernimmt die telering-Kooperation. Günstiger, professioneller und damit erfolgreicher ist Werbung nicht möglich.

Prospekte schaffen Bekanntheit, informieren und inspirieren

Ihr Schaufenster kann den Passanten nur einen kleinen Ausschnitt Ihres Sortiments zeigen. Mit einem gedruckten Prospekt hingegen können Sie den Menschen in Ihrem gesamten Einzugsgebiet die Vielfalt Ihres Sortiments präsentieren. Und Sie rufen ihnen zudem in Erinnerung: Hier, ganz in der Nähe, gibt es einen engagierten Fachhändler, der alles kann und alles bietet. Natürlich brauchen Sie mehr als eine einzige Prospektaktion pro Jahr, damit diese Botschaft auf Dauer ankommt. Werben Sie daher regelmäßig, schalten Sie zusätzlich zu den Prospekten noch Anzeigen, schicken Sie Ihren namentlich bekannten Kunden einen zur Aktion passenden Werbebrieft. So erhöhen Sie die Werbewirkung des Prospektes enorm.

Nur eine klare Werbestrategie führt zum Ziel!

Das größte Budget nutzt Ihnen nichts, wenn Sie planlos und ohne klare Strategie einfach draufloswerben. Deshalb sollten Sie fürs kommende Jahr nicht nur ein Werbebudget freigeben, sondern auch bereits jetzt konkret festlegen, wann und wofür Sie das Geld ausgeben. Am einfachsten ist es, Sie definieren Ihr Werbebudget anhand Ihres zu erwartenden Umsatzes. Denn Ihre Werbeausgaben, die ca. 2–4 % Ihres Umsatzes ausmachen sollten, sind eine Investition in Ihre zukünftigen Umsätze. Nehmen Sie den telering-Marketing-Baukasten zur Hand und überlegen Sie, welche Maßnahmen Sie wann ergreifen wollen. Falls Sie sich unsicher sind, dann wenden Sie sich an Ihren telering-Regionalleiter. Er kennt sich in der Branche bestens aus, verfügt über langjährige Erfahrung und hilft Ihnen gerne bei der Erstellung Ihres individuellen Werbeplans.



IQ-LADENBAUKONZEPT

Zeigen Sie sich von Ihrer besten Seite!

Sie führen ein erstklassiges Sortiment, bieten den besten Service weit und breit, und Ihr Verkaufspersonal ist an Kompetenz und Freundlichkeit kaum zu überreffen. Wenn trotz alledem die Kundenfrequenz zu wünschen übrig lässt, könnte es vielleicht daran liegen, dass sich Ihre qualitativ hohen Leistungen nicht adäquat im Außenauftritt Ihres Fachgeschäftes widerspiegeln. Einige Fachhändler bieten zwar tolle Leistungen, stellen aber ihr Licht unter den Scheffel. Auch wenn es oberflächlich klingt, so gilt für Ihr Geschäft: „Der erste Eindruck zählt!“

Ihre Kunden gewinnen von Ihnen und Ihrem Geschäft einen sehr guten Eindruck, wenn Sie das IQ-Ladenbaukonzept einsetzen, das genau dafür entwickelt wurde. In der Gestaltung auffällig, modern, qualitätsbewusst und seriös, spricht es Ihre Kunden perfekt an. Es vermittelt den Kunden optisch genau jene Werte, für die Ihr IQ-Fachgeschäft steht, und hebt Sie damit gleichzeitig vom Wettbewerb ab.

Mit dem IQ-Ladenbaukonzept können Sie Ihr Geschäft schnell, wirkungsvoll und überraschend preiswert in Szene setzen. Denn durch den modularen Aufbau des Systems, günstige Rahmenbedingungen unserer Partnerunternehmen sowie die Unterstützung durch Ihren Großhandelspartner bleiben sowohl Kosten als auch Umbauzeiten in einem überschaubaren Rahmen. Nutzen Sie das Beratungsangebot Ihres telering-Regionalleiters und lassen Sie sich ein Angebot erstellen. Denken Sie auch an die Option des Leasings. Ein passendes Leasingangebot unseres Finanzierungspartners abcfinance bietet Ihnen Sicherheit bei der Kalkulation und bequeme monatliche Raten entsprechend Ihrer Wunschlaufzeit. Ob sich Ihre Entscheidung pro Leasing sogar positiv auf Ihre Bilanz, Ihre Liquidität und Steuerbelastung auswirken kann, sagt Ihnen Ihr Steuerberater.

Übrigens: Es haben sich schon hunderte unserer Mitglieder für eine IQ-Fassade bzw. für die Einrichtung ihres Fachgeschäftes mit dem IQ-Ladenbausystem entschieden. Alle bekamen dafür Lob und Komplimente und freuen sich über deutlich mehr Kunden und mehr Umsatz.



IQ-LADENBAUSYSTEM

- Unverwechselbares Corporate Design der telering
- Hoher Wiedererkennungswert minimiert Streuverluste Ihrer Werbung
- An jedes Sortiment und jede Ladenarchitektur anpassbar
- Perfekte Produktinszenierung durch stromsparende LED-Beleuchtung
- Robuste, langlebige Elemente entsprechen dem IQ-Gedanken
- Weithin sichtbarer, seriöser Markenauftritt



WEITERBILDUNG

Der Konkurrenz immer einen Schritt voraus

Die digitale Technik hat die Welt der Consumer Electronics grundlegend verändert. Zum einen werden die Lebenszyklen der Produkte immer kürzer. Zum anderen ist es durch das Preisdumping der Online-Anbieter auch nicht mehr selbstverständlich, im stationären Fachhandel einzukaufen. Damit Ihnen Ihre Stammkunden treu bleiben und Sie neue Kunden dazugewinnen können, müssen Sie nicht nur in puncto Produktwissen ständig auf dem neuesten Stand der Technik sein. Sie sollten auch Ihre Fähigkeiten und Argumente als Verkäufer unbedingt weiter verbessern.

Denn um hochwertige technische Produkte zu vermarkten, brauchen Sie neben technischem Fachwissen auch die Fähigkeit, sich in die Kunden hineinzuversetzen und sie zu verstehen. Nur so können Sie Vorurteile abbauen und Begeisterung für die neue Technik wecken: Für erfolgreiche Geschäfte.



PluralMedia® Profitieren Sie vom Multimedia-Boom!

Am Fernseher im Internet surfen, das Smartphone als Fernbedienung nutzen, Filme vom PC über WLAN aufs Tablet holen, die Lieblingsmusik im ganzen Haus genießen, die Urlaubsbilder bequem auf dem neuen Fernseher schauen – die neue, digitale Unterhaltungselektronik begeistert Jung und Alt. Vorausgesetzt, die Geräte sind fachgerecht miteinander vernetzt und werden richtig bedient. Für die UE-Spezialisten unter Ihnen ist dies die perfekte Chance für gute Geschäfte. Und zwar nicht nur mit der „Hardware“, sondern vor allem auch in den Bereichen Service und Installation. Verpassen Sie Ihrem Meisterbrief ein „digitales Update“ und machen Sie sich mit unserem PluralMedia®-Qualifizierungsprogramm fit für dieses lukrative Geschäftsfeld. Fragen Sie Ihren Regionalleiter nach den aktuellen Kursterminen!

IQ-Profit-Training Technik verstehen, Träume verkaufen

Hier lernen Sie doppelt: Am Morgen erklärt Ihnen der Spezialist eines Markenherstellers alles über die Technik seiner neuesten Geräte. Am Nachmittag übt ein erfahrener Verkaufsprofi mit Ihnen ein, wie Sie Kunden für die hochwertige Technik begeistern und sie erfolgreich an den Mann bzw. an die Frau bringen. Anschauliches, verständliches Lernmaterial, kleine Rollenspiele sowie eine aktive Integration der Kursteilnehmer sorgen für optimale Lernerfolge. Die IQ-Profit-Trainings dauern in der Regel einen Tag und finden in Ihrem Großhandels- haus statt. Fragen Sie Ihren Regionalleiter nach den nächsten Terminen.

IQ-Akademie Erfolgreich verkaufen können Sie lernen

Wie überzeugt man dominante Kunden? Wie setzt man selbstbewusst den Preis durch? Wie geht man mit pedantischen Kunden um? Mit welchen Argumenten begegnet man den Dumpingpreisen im Internet? Diese und viele weitere Fragen und Problemstellungen lernen Sie in unserem Online-Lernportal. In verständlich und unterhaltsam aufbereiteten Lektionen à 20 Minuten werden typische Alltagsprobleme beim Verkaufen präsentiert und gelöst. Nach jeder Lektion wird das Gelernte abgefragt.

Unser Tipp: Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter doch durch kleine Belohnungen zum regelmäßigen Üben in der IQ-Akademie. Für die Bronze-Urkunde gibt's eine Flasche Wein, für Silber 2 Kinokarten, und wer Ihnen die Gold-Urkunde vorlegt, bekommt einen Restaurant-Gutschein.

PROFI-TIPP:

Erstellen Sie zum Jahresanfang einen Werbeplan, in dem Sie Zeitpunkt und Kosten Ihrer Werbeaktivitäten definieren und übers Jahr verteilen. Planen Sie mit einem ausreichenden Werbebudget: maximal 2–4 % Ihres Umsatzes.



QUALITYHOME

Alle Produkte in Ihrem Ladenlokal



Im Vergleich zu Branchen-Giganten wie Media Markt oder Saturn verfügt Ihr Fachgeschäft nur über eine kleine Verkaufs- und Lagerfläche. Viele Kunden meinen daher, dass Ihr Sortiment ebenso klein sei. Dank QualityHome, dem Online-Produktkatalog der telering, können Sie dieses Vorurteil ein für allemal aus der Welt schaffen. Denn mit QualityHome können Sie alle Produkte unserer Lieferanten in Ihrem Ladenlokal dauerhaft und stets aktuell präsentieren. Sie schöpfen nicht nur aus Ihrem persönlichen Lagerbestand, sondern aus dem deutlich größeren Lager Ihres telering-Großhändlers. Somit können Sie noch gezielter, aktueller, professioneller und erfolgreicher verkaufen.

Gezielter beraten und anbieten dank „QualityHome ... alles auf einen Klick“:

- Die schnelle Online-Suche nach detaillierten Produktmerkmalen liefert Ihnen beeindruckende Ergebnisse.
- Kein Suchen, kein Blättern im (Papier-)Katalog – Sie und Ihre Verkäufer finden stets das richtige Produkt mit wenigen Mausklicks.
- Die Chance, dass Ihre Kunden bei Ihnen stets die passende Lösung finden, steigt enorm.
- Die Vergleichsfunktion stellt Produktvorteile heraus und erleichtert Ihnen so die Argumentation für Ihre hochwertigen Produkte.

Besser und erfolgreicher verkaufen dank „QualityHome ... alles auf einen Klick“:

- Alle relevanten Informationen sind schnell und sofort in Ihrem Ladenlokal verfügbar.
- QualityHome ist über Notebook und Tablet-PC auch unterwegs nutzbar.
- Die Lagerverfügbarkeit Ihres telering-Großhändlers wird online angezeigt, wodurch Sie auf einen großen Warenbestand zugreifen können.
- Eine Lieferschein für Ihr Produkt kann sofort gemacht werden.

Für eine angenehme, vertrauensvolle Beratungsatmosphäre gibt es ein zum IQ-Ladenbausystem passendes Thekenmodul – als freistehende Lösung oder als hinterleuchtetes Wandmodul. Damit schaffen Sie das perfekte Ambiente für erfolgreiche Beratungs- und Verkaufsgespräche.

Bringen Sie das komplette Sortiment aller telering-Lieferanten auch in Ihr Fachgeschäft! Nutzen Sie als IQ-Fachhändler QualityHome und präsentieren Sie ein stets aktuelles und umfangreiches A-Markensortiment, welches selbst die „ausgefallensten“ Wünsche Ihrer Kundschaft stets erfüllt.

Ihre persönliche „Nutzerlizenz“ erhalten Sie als Mitglied unserer Kooperation kostenlos in unserem telering-/Markenprofi-Extranet.





AEG/ELECTROLUX-AKTION

Helfen Sie Ihren Kunden beim Sparen!

Mit den höheren Strompreisen steigt natürlich das Interesse der Verbraucher für energieeffiziente Haushaltsgeräte. Die AEG/Electrolux-Aktion für energieeffiziente Haushaltsgeräte kommt daher mit Sicherheit gut an.

8-seitiger Produktprospekt DIN A3

Wäschepflege, Kochen, Kühlen, Spülen – mit den Geräten von AEG/Electrolux geht das alles perfekt und sparsam.

Anzeigen-Vorlage

Die neuen Stromtarife werden sicher noch eine ganze Weile ein Top-Thema in den Medien sein. Mit Ihrer Anzeige weisen Sie den Lesern nicht nur einen Weg aus dem Strompreis-Dilemma heraus, sondern auch in Ihr Fachgeschäft hinein.

Mailing-Vorlage

Die Strompreiserhöhung zum 1. Januar hat auch noch den letzten Haushalt fürs Energiesparen sensibilisiert. Ein Brief zu diesem Thema kombiniert mit einem aktuellen Produktangebot kommt daher genau richtig und findet mit Sicherheit Beachtung.

Deko-Tipp

Zeigen Sie Ihren Kunden, wie viel sie sparen können. Stellen Sie eine Kinder-Schultafel oder ein Flip-Chart ins Schaufenster, auf dem Sie plakativ das Einsparpotential der neuen AEG-Geräte vorrechnen. Oder Sie platzieren auf jedes Gerät eine kleine Schiefertafel oder ein Stück schwarzen Karton, auf dem Sie mit Kreide das Einsparpotential aufzeichnen. Bunte Sparschweine oder Rechenschieber sorgen für plakative Farbtupfer.

telering Marketing GmbH & Co. KG

Erthalstraße 1, 55118 Mainz

Telefon 06131 28881-12, Fax 06131 28881-81

E-Mail info@telering.de, www.telering.de





Perfekt waschen und gleichzeitig sparen!



AEG
perfekt in form und funktion


Besuchen Sie uns. Wir informieren Sie umfassend über alle wichtigen Produktkriterien der dargestellten Artikel.

MUSTERMANN — electro —


12345 Musterstadt
Musterstraße 1 · Telefon 01234/56789
EINKAUFEN MIT IQ!

Beste Beratung Faire Preise Guter Service





Elektro Mustermann



12345 Musterstadt, 12345 Musterstadt, 12345 Musterstadt

Hans Mustermann
Musterstraße 1
12345 Musterstadt

März 2013

AEG/ELECTROLUX hilft Ihnen beim Stromsparen!

Sehr geehrter Herr .../Sehr geehrte Frau ...,

wussten Sie, dass beim Waschen die meiste Energie zum Aufheizen des Waschwassers verwendet wird? AEG hat deshalb die neuen ProTex-Waschvollautomaten mit einem SuperEco-Programm ausgestattet, das auch bei niedrigsten Temperaturen hervorragende Waschergebnisse erzielt. Damit wird der Stromverbrauch im Vergleich zu einem 40 °C-Pflegeleicht-Programm um bis zu 80 % reduziert! Das gilt auch für unser Aktions-Modell:

Waschvollautomat Öko Lavamat L87484EFL für € 799,-

- Energieeffizienzklasse A+++
- Silence Motor mit 10 Jahren Garantie für besonders leisen Betrieb und längere Lebensdauer
- ProTex Plus für maximale Wäscheschonung
- SoftSteam-Dampfprogramme zum Glätten und Auffrischen

Das Schönste an den Waschmaschinen, Trocknern, Kühlschränken, Spülmaschinen und Herden von AEG ist aber, dass sie nicht nur qualitativ hochwertig und sparsam sind, sie sehen auch noch richtig gut dabei aus! Denn auf Design legt AEG großen Wert – schließlich handelt es sich um Haushaltsgeräte, die sich jeden Tag in Ihrem Blickfeld befinden. Wir helfen Ihnen gerne, das richtige Produkt für Ihre Ansprüche zu finden – in puncto Design, Funktion und Effizienz. Kommen Sie bei uns vorbei!

Mit freundlichen Grüßen

PS: Wir helfen Ihnen nicht nur beim Stromsparen. Als serviceorientiertes Fachgeschäft ersparen wir Ihnen auch Mühe und Ärger. Wir liefern Ihnen Ihr neues Gerät zum gewünschten Termin nach Hause, schließen es an, weisen Sie in die Bedienung ein und nehmen Ihr Algerät zur umweltschonenden Entsorgung gleich mit.

Elektro Mustermann, Fachgeschäft für Elektro-Haushaltsgeräte
Erthalstraße 1, 55118 Mainz, Telefon 01234/56789, Fax 01234/56789
© 2013 Mustermann Marketing GmbH & Co. KG, alle Rechte vorbehalten
Bankverbindung: Sparkasse Koblenz AG, BIC: SPARK233, Kto-Nr.: 123456789

AEG/ELECTROLUX

Bestellschluss: 12. Februar 2013

SO BESTELLEN SIE IHRE PROSPEKTE:

Beiliegendes Bestell-Fax ausfüllen und Stückzahl der gewünschten Prospekte eintragen. Mindestbestellmenge 1.000 Stück. Sie können natürlich auch mehr, z. B. 1.400 oder 2.100 Prospekte, bestellen. Den Preis errechnet Ihr Regionalleiter für Sie.

Schicken Sie Ihrem Regionalleiter Ihren aktuellen Firmeneindruck im Format JPG, EPS oder PDF. Die Auflösung sollte mindestens 300 dpi betragen.

Falls Sie noch Fragen haben – zur Auflage, zum Firmeneindruck oder zum Verteilen der Prospekte – wenden Sie sich vertrauensvoll an Ihren Regionalleiter. Er hilft Ihnen weiter.