



ProMarkt mit neuem Werbeauftritt

Kauf das Richtige: Neue ProMarkt-Kampagne stellt Kundenbedürfnisse in den Fokus

(ddp direct) Trotz der wachsenden Produktvielfalt bei technischen Geräten das individuell passende Produkt zu finden: Das wünschen sich immer mehr Verbraucher. Speziell auf dieses Kundenbedürfnis zugeschnitten startet ab Donnerstag, den 4. Oktober 2012, die neue Marketing-Kampagne des Unterhaltungselektronik-Spezialisten ProMarkt. Unter dem Motto Kauf das Richtige spricht ProMarkt seine Kunden künftig mit einem innovativen Produkt-Empfehlungssystem, umfassenden Serviceleistungen und einer neuartigen Preiskommunikation an. Die zentrale Botschaft aller Kommunikationsmaßnahmen: Bei ProMarkt finden Kunden das für sie richtige Produkt.

Aggressive Preiskämpfe sowie laute und schrille Kundenansprachen dominieren die deutsche Werbelandschaft im Bereich der klassischen Unterhaltungselektronik. Dabei wünschen sich viele Kunden laut aktuellen Erkenntnissen vor allem eines: das individuell passende, für sie richtige Produkt zu finden. Um dieses Verbraucherbedürfnis zu erfüllen, hat die Hamburger Kreativagentur VSF&P die neue Lead-Agentur des Unterhaltungselektronik-Spezialisten ProMarkt die Kommunikationskampagne Kauf das Richtige entwickelt, mit der ProMarkt in seiner Kundenansprache ab dem 4. Oktober 2012 bundesweit auftritt.

Hinter dem neuen Claim verbergen sich drei Kernbotschaften, die das Kölner Unternehmen Verbrauchern verspricht: Wir wollen, dass unsere Kunden zufrieden sind, indem wir ihnen das richtige Produkt verkaufen, verbunden mit dem richtigen Service und zum richtigen Preis, erklärt Norbert Mohlberg, Vorsitzender der Geschäftsführung bei ProMarkt. Zufrieden sind wir erst, wenn wir dieses Versprechen eingelöst und das Vertrauen unserer Kunden nachhaltig gewonnen haben. ProMarkt setzt künftig auf eine leicht verständliche Sprache zum Beschreiben von Produkten, ein ansprechendes, hochwertiges Design der Werbemittel und auf einen bunten Medienmix aus Werbebeilagen, Anzeigen, Flyern, Plakaten und PoS-Material bis hin zur Radiowerbung. Das Kundenversprechen Kauf das Richtige zieht sich dabei als roter Faden durch alle Kommunikationsmittel.

Innovatives Empfehlungssystem

Damit Verbraucher das richtige Technik-Produkt für sich finden, führt ProMarkt im Rahmen des neuen Marketingkonzeptes ein neuartiges Empfehlungssystem ein, das Kunden sowohl in der Werbebeilage als auch am PoS wieder finden. Ein Element ist der so genannte Pro-Check, hinter dem sich eine Schulnote verbirgt. Diese setzt sich aus aktuellen unabhängigen Testberichten und Kundenmeinungen im Internet zusammen. ProMarkt gewichtet diese Bewertungen zu gleichen Teilen und präsentiert seinen Kunden dann die entsprechende Durchschnittsnote als Pro-Check. Wir wissen, dass sich unsere Kunden ihre Meinung über Produkte im Internet bilden und Bewertungen vergleichen. Diese Arbeit nehmen wir ihnen jetzt ab, erklärt Dr. Stephan Dumke, der bei ProMarkt als Geschäftsführer für die Bereiche Vertrieb und Marketing verantwortlich zeichnet. Zusätzliche Produkt-Orientierung gibt ProMarkt seinen Kunden darüber hinaus mit Empfehlungen wie Neuheit, Unser Meistverkäufer oder Energiesparer.

Der ebenfalls neu eingeführte Quick Check für ausgewählte Warengruppen gibt Kunden eine Orientierungs- und Entscheidungshilfe am PoS. So werden im Markt auf einer gut sichtbaren Tafel Warengruppen wie Computer oder Kaffeemaschinen und ihre unterschiedlichen Produktausprägungen kurz und prägnant erläutert von der Kapsel- bis hin zur Filterkaffeemaschine und vom Tablet-PC bis hin zum Notebook. Besondere Preis-Schnäppchen zeichnet ProMarkt künftig mit dem Powerpreis aus. Jede Woche trägt jeweils ein Artikel aus insgesamt acht Kategorien dieses Label.

Umfassende Servicepakete

Was bei ProMarkt generell im Fokus steht, wird mit dem neuen Marketingkonzept noch einmal erweitert und intensiviert: die diversen Serviceleistungen. So bietet ProMarkt ab sofort eine Exklusivberatung an. Kunden können über das Internet oder über die jetzt kostenlose Service-Hotline einen Termin mit ihrem Wunschberater vereinbaren, der ihnen dann zu einem bestimmten Zeitpunkt exklusiv in der Filiale zur Verfügung steht. Zudem verdoppelt ProMarkt den Geltungsbereich seiner Tiefpreisgarantie auf einen Umkreis von 50 Kilometern um eine Filiale und die Null-Prozent-Finanzierung können Kunden ab sofort dauerhaft und bereits ab einem Einkaufswert von 100 Euro in Anspruch nehmen. Eine weitere Service-Neuheit: ProMarkt erweitert seinen Umtausch-Service auf bis zu 30 Tage nach Kaufdatum.

Mitarbeiter statt Models

Zu dem Marketingkonzept Kauf das Richtige passen auch die neuen Mitarbeiter-Testimonials. In sämtlichen Werbemitteln werden die Kunden künftig von echten ProMarkt-Mitarbeitern durch das Produktangebot geführt. Mit Statements wie Der Internet-Fernseher zum kleinen Preis erklären sie die Haupteigenschaften einzelner Produkte auf verständliche Art und Weise. Unsere Mitarbeiter leben das neue Konzept durch und durch daher eignen sie sich auch bestens als Botschafter der neuen Kommunikation, so Dr. Stephan Dumke.

Details zum neuen Marketingkonzept Kauf das Richtige finden Interessierte auch im Internet unter www.promarkt.de. Dort bietet ProMarkt seinen Kunden auch weiterhin das klassische Multichannel-Angebot an. So kann Ware im Internet bestellt und direkt nach Hause geliefert werden. Onlinekunden haben darüber hinaus die Möglichkeit, Ware online zu reservieren und sie dann im Markt ihrer Wahl abzuholen.

ca. 5.400 Zeichen

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/nfp8we>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/marketing/promarkt-mit-neuem-werbeauftritt-97445>

=== Frontseite Handzettel (Bild) ===

Frontseite der neuen Werbebeilage von ProMarkt: Prominent dargestellt sind der neue Kampagnenclaim Kauf das Richtige und das Mitarbeiter-Testimonial. Auch die Auszeichnungen Powerpreis und Pro-Check gehören zur neuen Aufmachung.

Shortlink:

<http://shortpr.com/9f7yk6>

Permanentlink:

<http://www.themenportal.de/bilder/frontseite-handzettel>

Pressekontakt

REWE Unterhaltungselektronik GmbH (ProMarkt)

Frau Kerstin Schneider
Humboldtstraße -144 138
51149 Köln

presse@promarkt.de

Firmenkontakt

REWE Unterhaltungselektronik GmbH (ProMarkt)

Frau Kerstin Schneider
Humboldtstraße -144 138
51149 Köln

promarkt.de
presse@promarkt.de

Mit 70 Filialen, 2.000 Beschäftigten und einem Netto-Umsatz von 590 Millionen Euro positioniert sich ProMarkt am deutschen Markt. Sein attraktives Sortiment von Einstiegsgeräten bis hin zu hochwertiger Markenware verbindet der Fachmarkt mit einem Kundenservice auf höchstem Niveau. Das Unternehmen gehört zur REWE Group, einem der bedeutendsten Handels- und Touristikkonzerne in Europa. Die Kölner Unternehmensgruppe erzielte 2011 einen Netto-Gesamtaußenumsatz von über 48 Milliarden Euro und ist mit 323.000 Mitarbeitern in 13 Ländern Europas aktiv.

ProMarkt

**KAUF
DAS
RICHTIGE**

**„ WIR HELFEN IHNEN,
GENAU DEN RICHTIGEN
FERNSEHER ZU FINDEN! “**

POWERPREIS

LED-TV 81 cm (32")

DVB-T/-C HD Tuner

ENERGIE A
EFFIZIENZKLASSE A

„ SCHARF SEHEN ZUM GÜNSTIGEN PREIS “

SAMSUNG

LED-TV UE32EH4000

32" TrueColor Screen • 7680 x 4320 • 120Hz • 120Hz Full Rate • Mega Contrast • Videolink • Anschluss: 2x HDMI, 1x USB, 1x Scart, 1x CI+ • Make mit Full: 92,1 x 73,8 x 18,2 cm (HxBxT) • Tiefe ohne Fuß: 9,3 cm • Net. Nr.: 090318

UVP: ~~349,-~~

249,-

Sie sparen: 100,-



RICHTIG UNTERHALTSAM

Alles was Sie für Ihr **Heimkino** brauchen

Seite 3

RICHTIG SCHARF

Digitalkameras
für alle Ansprüche

Ab Seite 6



RICHTIG PRAKTISCH

Mit dem Pro-Check sind Sie **richtig** gut beraten

Mehr dazu
im Innentext



RICHTIG MOBIL

Praktische **Tablet-PCs** und
Notebooks für unterwegs

Ab Seite 4

PRO-CHECK

1,4 ✓
SEHR GUT