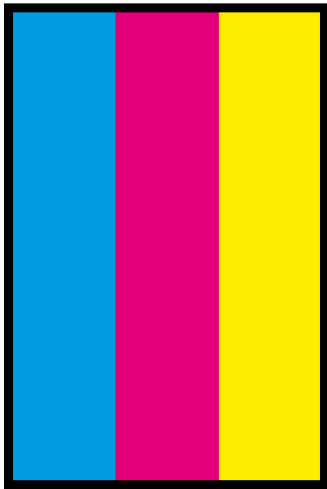


Spezialist für Haptische Verkaufshilfen

INDAVO GmbH



INDAVO

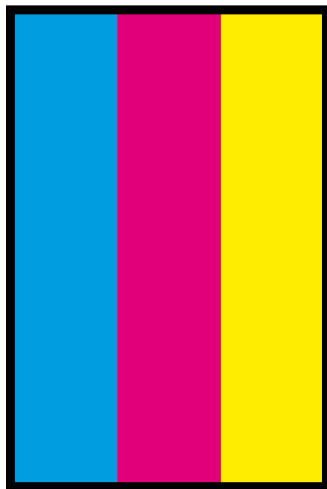
Haptische
Verkaufshilfen
Beispiele/Lösungen
für unterschiedliche
Kommunikationsadressaten

Beschreibung

Beschreibung

Problemstellung

Nachhaltige Kommunikation



INDAVO

Haptische Verkaufshilfen

Problemstellung:

Marketing und Kommunikation

Unternehmen befinden sich heute in einer schwierigen und komplexen Kommunikationssituation. Produkte und Dienstleistungen des eigenen Unternehmens darzustellen und beim Kunden nachhaltig wahrgenommen zu werden wird immer schwieriger.

Fehlt dem Unternehmen das „große“ Budget, scheitert die Kommunikation einer Grundbotschaft und darüberhinaus eine trennscharfe Produktkommunikation an den Möglichkeiten der Kommunikationshäufigkeit.

Die haptische Verkaufshilfe kann das große Budget nicht vollständig ersetzen. Allerdings gelingt es, die Basisbotschaft und das Produkt selbst in der Kernzielgruppe fest zu verankern.

Beispiel: Die Firma L., ein Anbieter im Bereich der EDV Software möchte sich gegenüber dem übermächtigen Wettbewerb aus den USA und Deutschland in Ihrer Zielgruppe positionieren. Die Basisbotschaft ist „einfacher ist besser“.

Das Marketing entscheidet sich für virales Marketing und entwickelt mehrere Filme mit der entsprechenden Kernbotschaft „simpler is better“. Die Botschaft wird kommuniziert durch einen Helden mit Namen Larry. Die Filme finden eine gute Verbreitung und das Feedback ist gut.

Bei einer späteren Auswertung stellt der Kunde fest, dass die Basisbotschaft nicht lange genug haften bleibt. Da es sich um ein Investitionsgut handelt, ist die Nachhaltigkeit besonders wichtig.

Um die Basisbotschaft zu vertiefen und die Nachhaltigkeit zu stärken entwickeln wir für den Kunden Nachbildungen vom Botschafter Larry in Form von verschiedenen haptischen Verkaufshilfen. In Verbindung mit diesem dreidimensionalen Botschaftsträger erreichte der Kunde das doppelte an Rekognitionwerten gegenüber dem vorangegangenen Messwert.

Nachfolgend schildern wir Ihnen unsere Erfahrungen mit großen und kleine Kampagnen die wir mittels haptischer Verkaufshilfen erfolgreich unterstützt haben.



Unsere Produkte

Unsere Produkte

Beispiel

-Allianz
Riesterrente

Haptische Verkaufshilfen

Problemstellung:

Kommunikation der staatlich geförderten Riesterrente. Eine Lebensversicherung, die unter bestimmten Voraussetzungen staatlich gefördert wird. Beim Verbraucher und Vermittler hat dieses Produkt seit dem Bestehen und vor Beginn der Kampagne keine nennenswerten Absatzzahlen erreicht.

Lösung:

Im Herbst 2006 startete die Allianz eine umfassende Marketing-Offensive, um die Verbraucher über die staatlich geförderte Riester-Rente zu informieren. Key Visual der in Print und TV sowie Online geschalteten Kampagne war ein blaues Sparschwein mit zwei Schlitzern („Staat“ und „Privat“), das die Funktionsweise des Renten-Modells anschaulich erklärte. Die spezialisierte Agentur Indavo erhielt den Auftrag, das Schwein als Werbeatikel zu realisieren. Die Schweine-Figuren sollten den einzelnen Filialen/Agenturen der Versicherungsgruppe gegen Entgelt zur Verfügung gestellt werden.

Printversion



haptische
Verkaufshilfe Flowmas



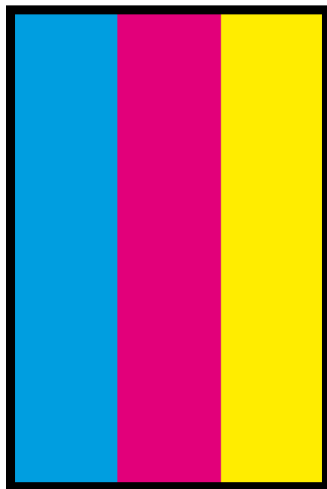
haptische
Verkaufshilfe vor Indavo Fertigung



Leistung Indavo:

Unser spezielles Fertigungs-Know-How und die durch den Werkstoff Flowmas gebotenen Möglichkeiten haben zum Kundenerfolg maßgeblich beigetragen.

Laut Allianz war die Waltraud, wie das Schwein intern genannt wird, der bislang am häufigsten verschenkte Werbeatikel – die haptische Verkaufshilfe funktioniert.



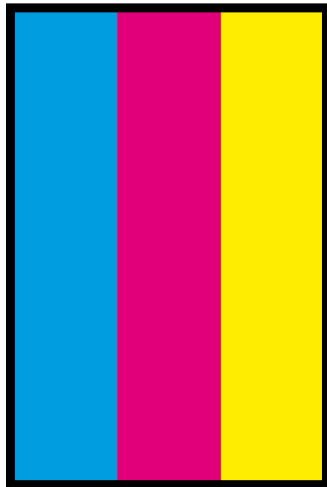
INDAVO

Unsere Produkte

Unsere Produkte

Beispiel

-Allianz
Riesterrente



INDAVO

Haptische Verkaufshilfen

Ergebnis:

Response in Zahlen

Nach Aussagen der Allianz übertraf die Kampagne die Rekognitionwerte einer Konkurrenzkampagne um 115%. Beinahe 60% der Zielgruppe, heißt es weiterhin, hätten verstanden, wie die Riester-Rente funktioniert – avisiert waren 50%.

Fünf Jahre nach dem Start der staatlich geförderten Altersvorsorge hat die Allianz Lebensversicherungs-AG (Allianz Leben) über eine Million Riester-Kunden gewonnen. Der Verkauf von Riesterrenten verlief dabei insbesondere im Jahr 2006 überaus erfolgreich: Die Zahl der zuglagengeforderten Rentenversicherungen legte bis November um fast 60 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum zu (Quelle Allianz)

Einschätzung des Kunden

"Besser sein" statt "billiger sein"

Jens Erichsen, Leiter Marketing Kommunikation der Allianz, erklärt die kommunikative Ausrichtung des Versicherers: "Zur Abgrenzung des Allianz Angebots von den Preisstrategien diverser Wettbewerber wollen wir dem 'billiger sein' ein entschiedenes 'besser sein' entgegensetzen. Daher stellen wir in allen Kommunikations-Maßnahmen kundenrelevante Produkte beziehungsweise Leistungen in den Vordergrund. Im Ergebnis steigern wir den Markenwert, erhöhen die Abschlussbereitschaft und leisten einen Beitrag, Gesprächsanlässe zwischen Vermittlern und Kunden herbeizuführen.,,

Zum Thema Gesprächsanlässe bieten sehen Sie sich bitte den geschalteten Werbefilm an

http://www.youtube.com/watch?v=M-RjsCxybKI&feature=Playlist&p=548569BA79A5DE34&playnext=1&playnext_from=PL&index=49

Bei der Riester-Kampagne gaben 40 Prozent der Vertreter an, aktiv vom Kunden auf die Werbung angesprochen worden zu sein. Nicht zuletzt deshalb wählten die Allianz Vertreter bereits 2006 die Riester-Kampagne zur besten Werbung der Allianz und setzen bislang knapp 1 Million haptische Verkaufshilfen mit dem Namen Waltraud ein (Quelle Allianz).

Unsere Produkte

Unsere Produkte

Beispiel

-DWS Riesterrente

Haptische Verkaufshilfen

Problemstellung:

Kommunikation der besseren Leistungen der DWS Riesterrente an die Vermittler – Kommunikation der Preisverleihungen durch verschiedene Gremien.

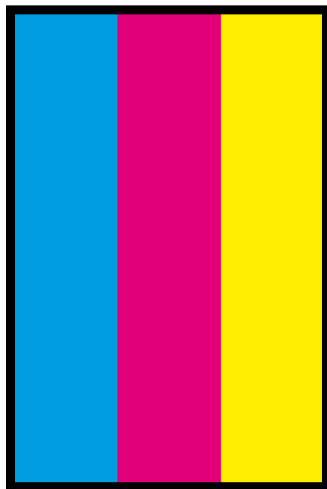
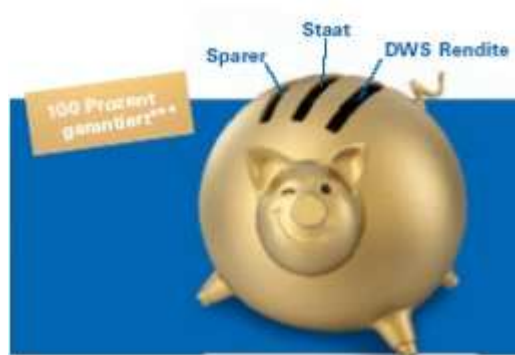
Lösung:

Im Herbst 2006 startete die DWS eine Printkampagne, um über die herausragenden Mehrleistungen der DWS Riesterrente zu informieren. Key Visual ist das DWS Riesterrentenschwein mit drei Schlitz (Staat, Privat und dem dritten Schlitz für die DWS Rendite).

Adressaten waren in der Hauptsache freie Vermittler, die das DWS Produkt den Wettbewerbsprodukten vorziehen sollten. Indavo erhielt den Auftrag, das Schwein als Verkaufshilfe zu realisieren. Die Dreischlitzschweine wurden den Vermittlern in Kleinstauflage als Reminder zur Verfügung gestellt.

Printversion

haptische Verkaufshilfe Flowmas



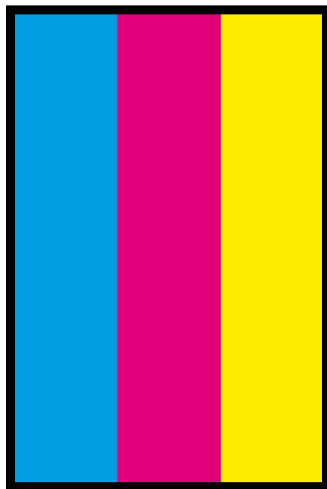
INDAVO

Unsere Produkte

Unsere Produkte

Beispiel

-DWS Riesterrente



INDAVO

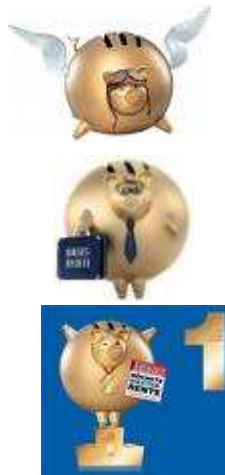
Haptische Verkaufshilfen

Fortsetzung Lösung:

Um die Kommunikationskurve aufrecht zu erhalten, wurden die erhalten Produktauszeichnungen mittels Printanzeigen kommuniziert. Als Reminder fertigte Indavo kleine Sammelfiguren entsprechend den Printanzeigen.

Adressaten waren wieder freie Vermittler, die in Ihrer Entscheidung für das DWS Produkt gestärkt werden sollten.

Printversion



haptische Verkaufshilfen Flowmas



Leistung Indavo und Bewertung

Auch in diesem Fall hat das spezielle Fertigungs-Know-How und die durch den Werkstoff Flowmas gebotenen Möglichkeiten zum Kundenerfolg maßgeblich beigetragen. Laut DWS wurden die Figuren von den Vermittlern auch in den Gesprächen mit dem Kunden eingesetzt oder haben zu Gesprächsgelegenheiten geführt. Unterstrichen wurde der Erfolg durch zweimalige Nachorder und Einsatz in einem anderen Absatzkanal mit einer kooperierenden Versicherungsgesellschaft.

Unsere Produkte

Unsere Produkte

Beispiel

-Hersteller

Kaffeeautomaten

Haptische Verkaufshilfen

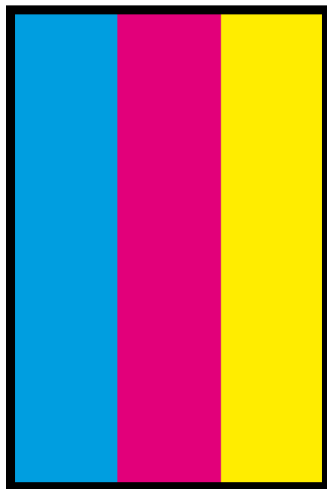
Problemstellung:

Der Kunde führt 4 Arten von Kaffeeautomaten. Der Vertrieb ist insbesondere für einen Automaten besonders erfolgreich. Diese eine Maschine verkauft sich so erfolgreich, dass die anderen drei Automaten durch den Vertrieb nicht ausreichend kommuniziert werden.

Lösung:

Bei der ½ jährlich stattfindenden Vertriebstagung wurde, wie in den vergangenen Jahren auch, dieses Thema intensiv geschult. In diesem Jahr erfolgte die Schulung mit Unterstützung einer haptischen Verkaufshilfe.

Ein Mensch Ärgere Dich nicht Spiel mit Spielfiguren in Form der verschiedenen Automaten. Dem Vertrieb wurden jeweils 5 Exemplare für die Key Account Betreuung zur Verfügung gestellt.



INDAVO

Unsere Produkte

Unsere Produkte

Beispiel

-Allianz
Riesterrente

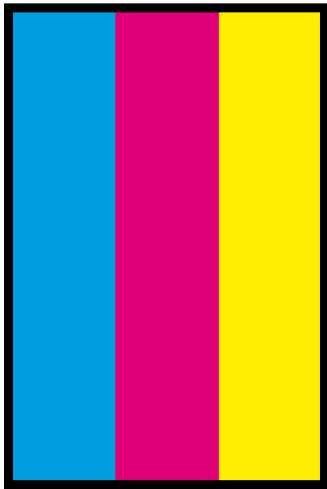
Haptische Verkaufshilfen

Leistung Indavo und Bewertung:

Vorschlag der Kommunikation mittels eines Spieles, Umsetzung der Figuren nach Fotovorlage durch den Kunden.

Der Kunde hat nach eigener Aussage das Kommunikationsziel übertroffen. Die Produktwahrnehmung hat sich beim Vertrieb und beim Kunden gemessen am Basiswert mehr als verdoppelt.

Die Automatenbestellungen verteilen sich gleichmäßiger über das Fertigungsprogramm.



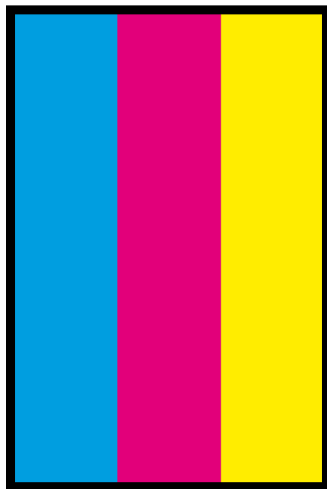
INDAVO

Unsere Produkte

Unsere Produkte

Beispiele

-Verkaufshilfen die
Geschichten erzählen



INDAVO

Haptische Verkaufshilfen

Binsenweisheiten I:

Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie sich den Produktnamen des vor Übermäßigem Hamdrang bewahrenden Medikamentes behalten können? Ein solches Medikament heisst Emselex. Eher gering – so geht es dem Apotheker und Arzt ebenfalls.

Wird diese Information mittels eines bedruckten Kugelschreibers unterstrichen, bleibt nicht wesentlich mehr von dieser Information haften.

Haftet allerdings an Ihrer Heizung ein magnetischer Heizungsentlüftungsschlüssel in Form des Logo's, werden Sie diesen mit einer viel größeren Wahrscheinlichkeit behalten und verordnen.



Binsenweisheiten II:

Was macht das Unternehmen mit dem auf dem unteren Bild gezeigten Helden?

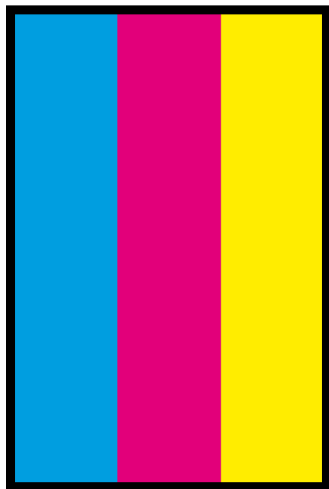


Unsere Produkte

Unsere Produkte

Arbeitsweise

-Indavo



INDAVO

Haptische Verkaufshilfen

Schildern Sie uns Ihren Kommunikationswunsch:

Wir erarbeiten Ihnen Umsetzungsvorschläge und halten uns dabei an Ihren Kostenrahmen. Gefällt Ihnen dieser Vorschlag, arbeiten wir oder Ihre Werbeagentur den Vorschlag aus. Zu diesem Zeitpunkt können wir Ihnen exakt sagen, welchen Preis wir für das Endprodukt berechnen.

Ganz gleich welches Problem Sie haben: Wir finden eine Lösung. Vom erklärungsbedürftigen Softwareprodukt über den MLM Recruitmentprozess bis hin zu komplexen Dienstleistungen.



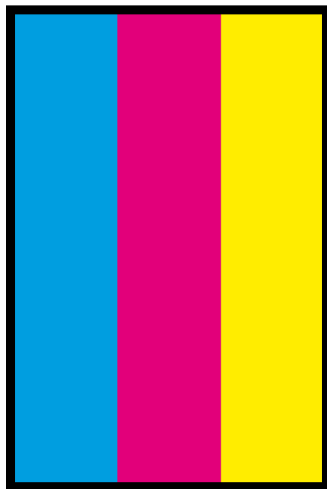
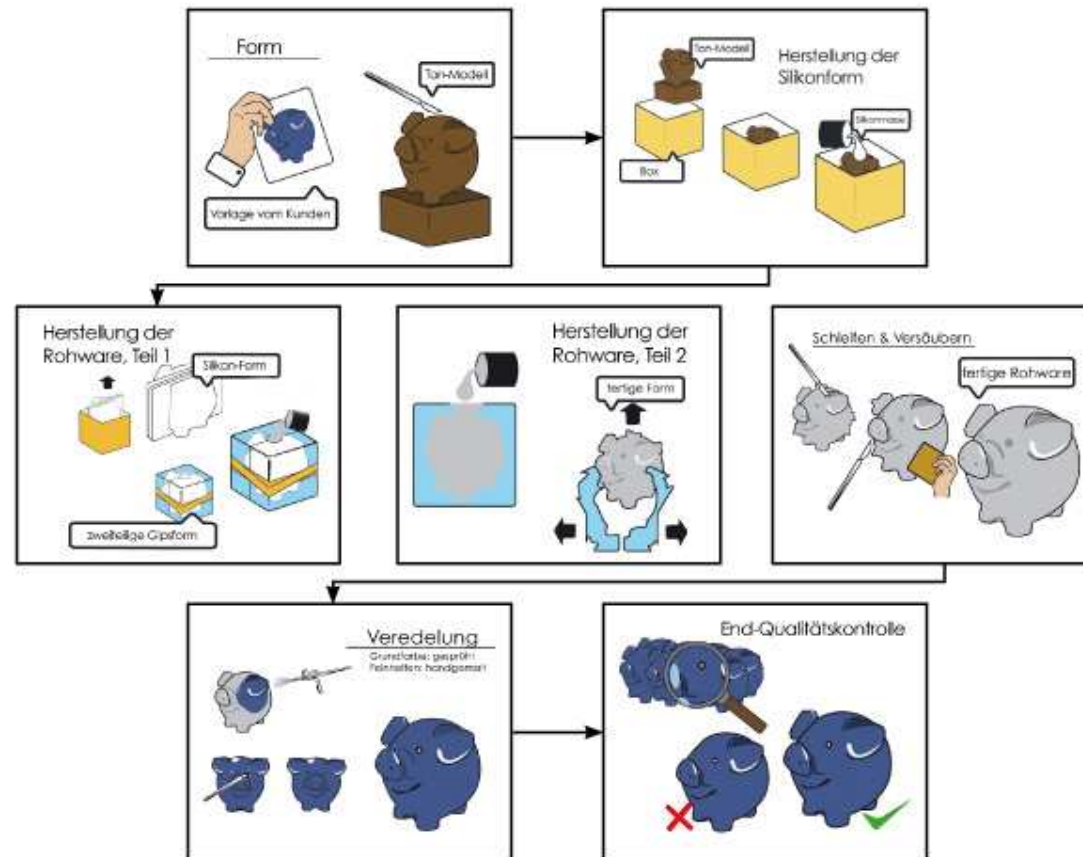
Unsere Produkte

Unsere Produkte

Arbeitsweise
-Indavo

Haptische Verkaufshilfen

Nach Bemusterung des Einzelstückes beginnen wir mit der Serienfertigung und liefern Ihre haptische Verkaufshilfe aus.



INDAVO

Unsere Produkte

Unsere Produkte

Kosten und Beginn

- und was Sie noch wissen wollen

Haptische Verkaufshilfen

Kosten:

Wir realisieren jeden Auftrag. Wir fertigen Ihnen, wenn Sie möchten auch Einzelstücke. In der Regel sollte der Auftragswert 4000,-€ netto je Artikel nicht unterschreiten.

Lieferzeiten:

Wenn Sie eine klare Vorstellung haben rechnen Sie bitte mit Fertigungszeiten von 12-16 Wochen.

Wenn wir Ideen entwickeln addieren Sie für die Ideenfindung 2-3 Wochen hinzu.

Anfangen:

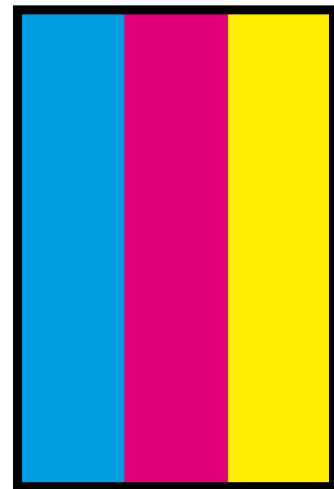
Ihre Idee ist noch nicht konkret:

Schildern Sie unserem Vertrieb unter 07151 20553 0 Ihren Kommunikationswunsch.

Wobei hat noch dieses Medikament geholfen ?



Sprechen Sie mit uns sonst sieht Ihr Schwein so aus!

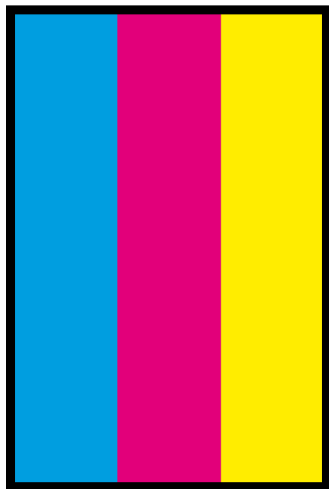
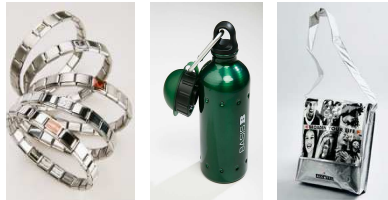


INDAVO

Unsere Referenzen

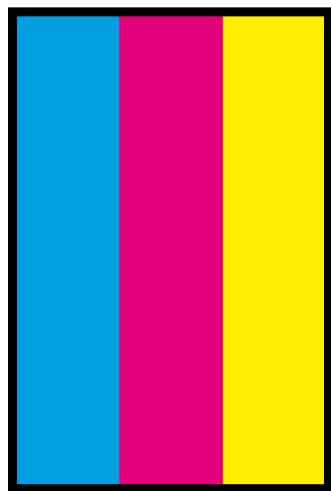
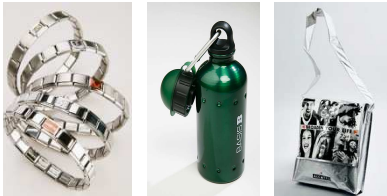
Unsere Referenzen

Alcatel-Lucent Alfred Kärcher GmbH & Co. Alfred Kaut GmbH & Co. Allianz Lebensversicherungs-AG Andreas Stihl AG & Co. AOK Westfalen-Lippe ARAG Augusta Akademie Autostadt GmbH Barmenia Bauknecht Hausgeräte GmbH Bayer AG Bayer HealthCare AG Beckman Coulter GmbH Brenntag GmbH Bridgestone Motorsport Deutschland GmbH Brunnen-Union St. Christopherus GmbH Burger King GmbH Busak + Shamban Deutschland GmbH Canon Deutschland GmbH Caritasverband Carl Bechem GmbH Carl Zeiss SMT AG CCA-Bank AG COSTA Meeresspezialitäten Creditreform Daimler Chrysler AG Deutsche Steinkohle AG Distributor Triumph Deutschland GmbH Dörrenhaus Expedition Dr. August Oetker Duravit AGENKA GmbH & Co. KG Escada AG Esselte Leitz GmbH & Co. KG Festina Uhren GmbH Fliegl Fahrzeugbau GmbH Flughafen Stuttgart Gesellschaft mbH Fortis Bank FUJINON (Europe) GmbH Gardeur AG Gebr. Märklin & Cie. GmbH GEFA Leasing GmbH Gelsenwasser AG GETRAG Getriebe- und Zahnradfabrik GEW Rhein Energie AG GIRAGO! General Overnight Service Gustav Grimm Edelstahlwerk GmbH & Co. KG Hallesche Krankenversicherung AG Honda Motor Europe (North) GmbH IBM Deutschland GmbH Imadec University Internationale Expedition Willi Betz KHK GmbH Lampka Motorsport LG Electronics Liebherr Holding GmbH Maxdata Computer GmbH & Co. KG Mercedes-Benz Accessoires GmbH Mercure Parkhotel Messe Düsseldorf GmbH Mineralbrunnen AG Motor-Pressen-Verlag Nigura Optik GmbH HO 2 GmbH & Co. OHG Orthomol GmbH Pepsi Cola GmbH Porsche Lizenz- und Handelsgesellschaft Porsche Österreich Pur Systems PVS - Privatärztliche Verrechnungsstelle Radio 7 Hörfunk GmbH & Co. KG RCI Banque Deutschland Recticel Schlafkomfort GmbH Renault Trucks RICO GmbH & Co. KG Röco GmbH Sachtleben Chemie GmbH Sandoz Pharmaceuticals GmbH Sasol GmbH Schenker Deutschland AG Schleswig-Holsteiner Landtag SCHRIEFERS Milch, Schul- & Krankenhaus Shell Macron GmbH Skoda Deutschland smart GmbH Staatliche Lotterie-Einnahme Glöckle Stadtwerke Bochum GmbH Stadtwerke Herne AG Stuttgarter Hofbräu AG Stuttgarter Straßenbahnen AG Stuttgarter Zeitung Süddeutsche Krankenversicherung a.G. Südwestrundfunk Stuttgart SWK Energie GmbH Tandberg Data GmbH Thyssen Aufzüge GmbH ThyssenKrupp Immobilien GmbH Volksbank Krefeld eG Volksfürsorge Deutsche Lebensversicherung AG Wohnbau Lemgo eG Wüstenrot & Württembergische AG Yves Rocher GmbH



INDAVO

Besuchen Sie uns auch im Internet:
www.indavo.de



INDAVO

INDAVO GmbH

Grunbacher Strasse 59 - 65

71384 Weinstadt

Tel. 07151 / 2 05 53-0

Fax 07151 / 2 05 53- 50

info@indavo.de

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Preise netto + Mwst., Irrtum vorbehalten

Copyright INDAVO GmbH 2009

Besuchen Sie uns auch im Internet:
www.indavo.de