

Pressemitteilung

electroplus küchenplus sagt „Danke“ für hohe Kundentreue

EK Elektro- und Küchenprofis statten mit großer Trikotaktion deutschlandweit Kinder- und Jugend-Fußballmannschaften aus

Bielefeld, 18.06.2020 - Während der Corona-bedingten Geschäftsschließungen haben sich – über alle Branchen hinweg – viele Menschen mit ihren Händlern vor Ort solidarisch gezeigt und die zwangsläufig eingeschränkten Leistungen über alle offenen Kommunikations- und Vertriebskanäle weiter genutzt. Eine Haltung, die auch die electroplus küchenplus Händler der EK/servicegroup in jeder Hinsicht positiv bewegt hat.

„Die Kunden haben die Unternehmer in diesen schwierigen Wochen nicht nur wirtschaftlich unterstützt, sondern ihnen vor allem ihre Wertschätzung gezeigt. Das hat auch unseren Fachhändlern Mut gemacht und sie zum Weitermachen motiviert“, weiß Jochen Pohle, Bereichsleiter EK HOME, aus vielen Gesprächen mit den Handelspartnern.

„Dream-Team“ in der Region gesucht!

Grund genug, den Kunden etwas zurückzugeben und auf besondere Weise „Danke“ zu sagen: Gemeinsam mit Industriepartner AEG und dem Bundesliga-Ausstatter Derbystar haben sich die Bielefelder ein Gewinnspiel überlegt, das vor allem den fußballbegeisterten Kindern ihrer Kunden gefallen wird. Denn bekanntlich wartet auch der Jugendfußball sehnsüchtig auf die Rückkehr der Normalität und den ersten Anpfiff auf dem Platz.

Unter dem Motto „Dream-Team gesucht“, eröffnet sich für Nachwuchs-Fußballteams in jeder Region der bundesweit mehr als 50 electroplus küchenplus-Händler die Chance, die gegnerischen Mannschaften mit einem neuen, professionellen Outfit zu beeindrucken. Ausgelobt wird

jeweils ein hochwertiger Trikotsatz für 15 Spielerinnen und Spieler mit allem, was dazu gehört – bis hin zu den Torwarthandschuhen.

Sympathie und Werbewirkung inklusive

Natürlich haben auch die Händler etwas von der Aktion. „Die Trikots sind mit Logo und Händlernamen versehen und sorgen dafür, dass der Fachhändler mit Beginn der neuen Fußball-Saison Woche für Woche auf den Fußballplätzen der Region präsent ist. Und außerdem müssen auch diese Trikots regelmäßig gewaschen werden – am besten natürlich in einer Maschine des sympathischen electroplus küchenplus-Partners vor Ort“, erzählt Martin Wolf, Leitung Vertrieb und Marketing für die Bereiche Elektro, Küche und Licht, mit einem Augenzwinkern. Und das „Mitmachen“ ist denkbar einfach: Auf der Facebook-Seite des Händlers können sich die Nachwuchsteams im Einzugsgebiet mit einem Teamfoto und einer kurzen Begründung bewerben, weshalb gerade sie die Trikots bekommen sollten. Gewinner ist die Mannschaft, die bis zu einem Stichtag die meisten Likes bekommt.

Das volle Marketing-Programm aus Bielefeld

Vor, während und nach der Aktion ziehen die EK Experten alle Register des kanalübergreifenden Marketings. Der Aufruf zur Teilnahme und die Vorstellung der Gewinner erfolgen u. a. über Facebook, Instagram-Story, Website-Slider, Landingpage und Digital Signage-Anwendungen im Geschäft. Damit ist garantiert, dass neben der Aktion auch die Marke electroplus küchenplus und das Geschäft selbst für Gesprächsstoff sorgen wird.

Das Thema Fußball wird parallel zum Gewinnspiel auch in den nächsten Prospektaktionen eine Rolle spielen: Gesponserte Bälle als Zugabe beim Gerätekauf und eine Social Media Verlosung von gefüllten Ballschläuchen halten bis in den August hinaus den Ball am Rollen!