

Werbung, die wirkt: Kömmerling Kooperationskampagne bringt Fensterbauern erfolgreiches Renovierungsgeschäft

Als Reaktion auf die erschwerte Marktsituation der Fensterbranche hat Kömmerling im Frühjahr die Kampagne „Damit es Sie nicht kalt erwischt: Energiesparende Fenster von Kömmerling“ initiiert. Das Ziel ist es, Renovierungsinteressenten von den Vorteilen eines Fenstertauschs zu überzeugen – durch Argumente wie Heizkosteneinsparung, Schall- und Einbruchschutz und durch die Wertsteigerung der Immobilie. Während Kömmerling auf nationaler Ebene für hohe Aufmerksamkeit sorgt, haben regionale Fensterbauunternehmen die Möglichkeit, die Kampagne für ihre spezifischen regionalen Bedürfnisse anzupassen.

21.08.2023

51 bzw. 48 potenzielle Neukunden bereits in den ersten drei Monaten

Die Praxis zeigt, wie erfolgreich die Kampagne für die Fensterbauer arbeitet. Bereits in den ersten drei Monaten hat die Witthaut Fensterbau GmbH 51 Neukunden gewonnen und die Denzlein GmbH 48 Neukunden. Mittlerweile dürfte die Quote bereits deutlich höher liegen, da die Kampagne weiterläuft.

Unternehmenskommunikation:
Martin Schweppenhäuser
Telefon +49 (0) 6331 / 56-18 04
Telefax +49 (0) 6331 / 56-15 15
martin.schweppenhaeuser@
profine-group.com

Richard Denzlein, Geschäftsführer der Denzlein GmbH, betont: „Die Kampagne ist von Kömmerling hervorragend mit optimalem Support vorbereitet worden. Wir konnten sie direkt für uns einsetzen. Das Zusammenspiel hat hervorragend funktioniert. Die Rücklaufquote hat unsere Erwartungen übertroffen.“

Ebenso positive Erfahrungen hat auch Hubert Witthaut, Geschäftsführer der Witthaut Fensterbau GmbH: „Wir haben alle Maßnahmen eingesetzt und waren besonders von der Postwurfspezialsendung begeistert. Ein hoher Anteil der Empfänger hat dann direkt über unsere Aktionswebsite oder telefonisch mit uns Kontakt aufgenommen.“

Synergien aus klassischer und digitaler Werbung

Was sind die Erfolgsfaktoren der Kömmerling Kampagne? Die Antwort lautet: die synergetischen Marketing-Strategie. Sie führt durch das Zusammenspiel aller Maßnahmen zu einer erhöhten Kundeninteraktion. Kömmerling kombiniert hier für die Fensterfachunternehmen klassische und digitale Kommunikation. Die individualisierbare Aktionswebsite, Online-Banner, Social-Media-Anzeigen und weitere Online-Werbetools werden durch klassische Zeitungsanzeigen, Hörfunkspots, wirtschaftliche Postwurfsendungen sowie PoS-Werbemittel verstärkt.

Herausgeber:
profine GmbH
International Profile Group
Zweibrücker Straße 200
D-66954 Pirmasens
Telefon +49 (0) 6331 56-0
Telefax +49 (0) 6331 56-2475
info@profine-group.com
www.profine-group.com

Optimale Transparenz der Werbewirkung

Gleichzeitig erhalten die Fensterbauunternehmen eine hervorragende Transparenz. Durch die intelligente Verknüpfung digitaler Technologien mit den klassischen Werbemaßnahmen ist es möglich, genau

nachzuvollziehen, auf welche Werbung die Interessenten besonders stark reagieren. Dies erlaubt es den Unternehmen, ihre Marketingstrategie stetig zu optimieren und somit effektiver zu gestalten. Hubert Witthaut dazu: „Wir sehen, welche Maßnahme sich rentiert oder wo noch Optimierungspotenzial für uns drinsteckt. Die Marketing- und Online-Experten von Kömmerling unterstützen uns dabei, diese Stellschrauben anzuziehen.“

Fazit: Die Zusammenarbeit zwischen Kömmerling und den Fensterbauunternehmen ist ein Paradebeispiel für gelungenes Co-Marketing.

Weitere Informationen zum Partnerprogramm gibt es auf der Website der Kampagne: <https://partnerprogramm.koemmerling.com>

Über profine:

Die profine GmbH – International Profile Group – ist ein weltweit führender Hersteller von Kunststoff-Profilen für Fenster und Türen sowie namhafter Anbieter von Sichtschutz-Systemen und PVC-Platten. Die Gruppe liefert ihre Produkte in mehr als 100 Ländern, ist mit ihren Marken KBE, Kömmerling und TROCAL an 29 Standorten in 23 Ländern vertreten und damit international hervorragend aufgestellt. profine produziert an Standorten in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Indien, Italien, Spanien, Bosnien-Herzegowina, Russland, der Ukraine, den USA und China. Die Unternehmensgruppe mit Sitz im rheinland-pfälzischen Pirmasens beschäftigt weltweit über 3.200 Mitarbeiter.