



Komunikacja za pomocą WZORNIKÓW

W branży meblarskiej WZORNIKI stanowią podstawowe narzędzie komunikacji z klientem. A jak wiele one mówią o producencie mebli? Marketing bezpośredni, według wszelkich badań rynkowych, ma zasadniczy wpływ na decyzje nabywcze podejmowane w przypadku trwałych dóbr konsumpcyjnych. Czy 60-90% decyzji zakupowych może leżeć w rękach marketingowców i nie zostać wykorzystanych? Tego nie można zlekceważyć, to genialne narzędzie do nakłonienia klienta do wyboru marki i zwiększenia poziomu sprzedaży.

Dobrze zaprojektowany i pięknie wykonany wzornik bez słów pokazuje wyjątkową atrakcyjność mebli, podnosi prestiż producenta i pozycjonuje jego produkty. Prosty przykład – innowacyjna i designerska okładka wzornika oraz korespondująca z tym okładka ka-

talogu niezaprzeczalnie podkreśli właśnie te cechy marki.

Jeśli zaś chcemy być postrzegani jako producent unikatowych mebli, to koniecznie wygląd wzornika powinien w bezpośredni sposób o tym powiedzieć. Wyposażymy w ten potężny oręż handlowców,

dajmy im mocne wsparcie, które będzie działało niezależnie od umiejętności krasomówczych sprzedawcy. Aktualnie jedynie słusznym wyborem w strategii firm innowacyjnych, dynamicznych i dominujących na rynku jest prowadzenie skutecznej komu-

nikacji z odbiorcami. Ten dialog musi opierać się na narzędziach, po które sięgają sami zainteresowani. Zastosujmy więc subtelną sztukę perswazji, dając możliwość wyboru naszego mebla za pomocą wzornika. On przemówi i pokaże jakość, mnogość oferty, niepowtarzalną

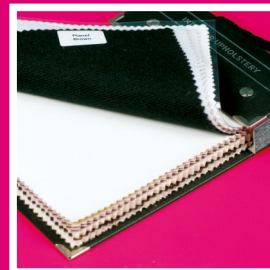




reklama

PRODUKCJA WZORNIKÓW

WZORNIKI.PL



www.WZORNIKI.pl
 ul. Śląska 8
 32-080 Zabierzów
 tel. 12-258-70-50
 wzorniki@wzorniki.pl



SWATCH BOOKS PRODUCTION
 www.swatches.eu

wrażenie i wyjątkowości. Może nawet zasugerować luksus i prestiż wynikające z tego wyboru.

Wzornik o marnej jakości, z krzywymi próbkami wyciętymi metodami chałupniczymi zasugeruje zaś wątpliwą jakość mebla. Przeniesienie wrażenia klienta

z narzędzia, którym posługuje się sprzedawca, na markę, którą reprezentuje wzornik, jest wręcz nieuniknione i dość trwałe.

Pozytywny branding emocjonalny jest możliwy za pomocą dobrze przemyślanej strategii oddziaływania nie tylko designem samych mebli, ale także całego otoczenia marki. Jeżeli dobre samopoczucie klienta będzie trwale podtrzymywane za pomocą wszystkich dostępnych narzędzi marketingowych, w tym dobrze zaprojektowanych i wkomponowanych w całość komunikacji wzorników, to sukces jest w zasięgu ręki.

Podsumowując, kreacja, koncepcja i odpowiednio wdrożona myśl marketingowa skutecznie zrealizowane w postaci efektywnie pracujących w tym całym systemie WZORNIKÓW pozwalają na zdobycie serc klientów, dzięki czemu efektem będzie niepodważalny sukces sprzedaży.

(tz)

