Presse-Information

Waldachtal, 29. November 2018

fischer startet Social-Media-Kampagne für GANZ OHNE WERKZEUG

Botschaften in Köpfen verankern

fischerwerke GmbH & Co. KG
Unternehmenskommunikation

Klaus-Fischer-Straße 1
72178 Waldachtal

Um sein neues GANZ OHNE WERKZEUG Sortiment weiter am Markt zu etablieren, hat fischer jetzt eine Social-Media-Kampagne lanciert. Diese ergänzt das bisherige Multi-Channel-Konzept, durch das der Befestigungsspezialist seine Handelspartner beim Absatzverkauf der Produkte unterstützt.

Erst lässt sich das doppelseitige Klebeband kaum abreißen und dann die Schutzfolie schwer abziehen – ein einziges Zerren und Friemeln. Dabei sollte nur schnell der Spiegel an die Wand. Die Lösung bietet fischer mit seinem MONTAGEBAND. Dieses lässt sich bequem ohne Schere portionieren. Der Liner kann zudem viel einfacher abgerissen werden als bei den herkömmlichen Lösungen. Der universelle Einsatz auf rauen und glatten Oberflächen drinnen und draußen sowie viele weitere Vorteile machen den Unterschied zu den Alternativen am Markt.

Nur ein Beispiel von vielen, wie die 25 neuen GANZ OHNE WERKZEUG Produkte Bewohnern den Alltag erleichtern, die fischer in einem interen Spinn-off gezielt weiterentwickelt und am Markt etabliert. Das Sortiment hilft weiter, wann immer etwas werkzeuglos aufgehängt, repariert oder geklebt werden soll. Die typischen Anwendungsfälle veranschaulicht fischer in kurzweiligen Videos im Storytelling-Format – von der Problemstellung bis zur Lösung.

Die Bewegtbilder sind Teil der neuen Social-Media-Kampagne, die das Unternehmen auf Facebook und Instagram für das GANZ OHNE WERKZEUG Sortiment startete. Gemeinsam gepostet mit pointierten Aussagen schafft es Aufmerksamkeit und Reichweite bei der relevanten Zielgruppe. „Spieglein, Spieglein an der Wand klebt man mit MONTAGEBAND“, heißt es beispielsweise schlagfertig zum zugehörigen Video. Am Schluss werden die Baumärkte aufgezeigt, in denen die GANZ OHNE WERKZEUG Produkte bereits verfügbar sind.

Näheres dazu, welche Anwendungsbereiche die Produkte abdecken und wie sie gegenüber Wettbewerbs-Lösungen punkten, erfahren User per Klick beziehungsweise Touch auf einen Link, der zu einer mobiloptimierten Landingpage innerhalb von Facebook (Canvas Ads) führt. Zeigen die Onliner besonderes Interesse an einer bestimmten Kategorie innerhalb zugehöriger „Sub-Canvas“, werden ihnen passende „Link & Carousel Ads“ angezeigt, die zu einer Informationsseite zum jeweiligen Produkt auf der fischer Website führen. Von dort aus geht die Customer Journey weiter, indem die Kunden per „Retail Connect“ in den Online-Shop der Händler geleitet werden.

„Unsere Social-Media-Kampagne ermöglicht ein nutzerfreundliches und ansprechendes Online-Kauferlebnis, das auf Facebook und Instagram startet und idealerweise mit der Bestellung beim verbundenen Händler endet“, resümiert Volker Amann, Bereichsgeschäftsführer Internationales Marketing, Marktforschung & E-Commerce. „Unsere Handelspartner profitieren davon, dass wir uns als bekannte Marke im DIY-Markt weiter etablieren und die Besucherzahl mit konkreter Kaufbereitschaft in ihrem Online-Shop steigern.“ Die Performance-Kampagne in den sozialen Medien wird zusätzlich kontinuierlich ausgewertet und optimiert. Dabei nutzt fischer die modernen technischen

Möglichkeiten von Facebook unter Beachtung der DSVGO (Datenschutz-Grundverordnung).

Parallel dazu bietet fischer eine wirkungsvolle Unterstützung im Ladengeschäft. Zur stationären Warenpräsentation steht ein POS-Display bereit, das schnell die Aufmerksamkeit der Kunden auf das neue Sortiment lenkt. Darin ist ein Bildschirm eingebaut. Auf diesem laufen informative und unterhaltsame Kurz-Videos zu elf der 25 Produkte, die denen in den sozialen Medien ähneln und den Wiedererkennungswert steigern. Das Display wird mit 548 Artikeln voll bestückt geliefert und kann direkt eingesetzt werden, um Umsatz zu generieren. Eine kompakte Broschüre bringt zusätzlich alle wichtigen Informationen zu jedem der 25 Produkte auf den Punkt.

Insgesamt entsteht ein stimmiges Gesamtkonzept, bei dem sich der analoge und digitale Vertriebsweg sinnvoll ergänzen.

Bildunterschriften:

Bild 1

Auf dem Schirm bleiben statt aus dem Blickfeld gewischt zu werden: Daumenstopper der neuen GANZ OHNE WERKZEUG Social-Media-Kampagne von fischer sind aussagekräftige Videos im Storytelling-Format und schlagfertige Begleittexte.

Bild 2

Näheres dazu, welche Anwendungsbereiche die Produkte abdecken und wie sie gegenüber Wettbewerbs-Lösungen punkten, erfahren Interessenten auf „Canvas Ads“. Entscheidet sich der Nutzer für eine bestimmte Produktkategorie, führen ihn „Link & Carousel Ads“ (Bild) zu der Produktinformationsseite auf der fischer Website.

Bild 3

Etwas mit den eigenen Händen schaffen ohne mit Hammer und Bohrer zu hantieren – dies ermöglichen GANZ OHNE WERKZEUG Produkte von fischer. Mit einer zielgruppengerechten Social-Media-Kampagne macht der Befestigungsspezialist sein Sortiment jetzt weiter publik und populär.

Bild 4

Das Marketing-Konzept für GANZ OHNE WERKZEUG schlägt geschickt die Brücke zwischen On- und Offline-Welt und pusht den Absatzverkauf der fischer Handelspartner. So stellt fischer auch für das Ladengeschäft umfangreiche Verkaufsunterstützung, wie die POS-Säule bereit.

Bilder: fischer

Unternehmensgruppe fischer

Die Unternehmensgruppe fischer mit Sitz in Waldachtal, Nordschwarzwald, hat 2017 mit weltweit rund 5.000 Mitarbeitern einen Umsatz von 812 Millionen Euro erzielt. Das Familienunternehmen ist mit 47 Gesellschaften in 35 Ländern vertreten und exportiert in über 100 Länder. Es umfasst die fünf Unternehmensbereiche fischer Befestigungssysteme, fischer automotive systems, fischertechnik, fischer Consulting und LNT Automation.

fischer Befestigungssysteme besitzt die technologische Marktführerschaft in wichtigen Feldern der Befestigungstechnik. Für ein breites Spektrum an Kunden, vom Heimwerker über den Handwerker bis zum Key-Account-Partner, bietet fischer Produkte in technischer Perfektion.

fischer automotive systems fertigt hochwertige Innenraumkomponenten für Fahrzeuge. Das Unternehmen besitzt eine hohe Kompetenz in der Kunststoffverarbeitung und ist ein wichtiger Partner der Automobilindustrie. Das Produktspektrum umfasst Luftausströmer, Getränkehalter, Ablagefächer und Multifunktionskomponenten.

fischertechnik ist mit seinen Konstruktionsbaukästen sowohl im Spielwaren- als auch im Bildungsbereich aktiv. Als einer der letzten Spielwarenanbieter entwickelt und fertigt fischertechnik ausschließlich in Deutschland.

fischer Consulting entstand aus den im eigenen Unternehmen entwickelten Kompetenzen. Dort angesiedelt ist das fischer ProzessSystem, dessen zentraler Inhalt die permanente Verbesserung ist. Dabei orientiert sich das fischer ProzessSystem immer am Nutzen für den Kunden. fischer Consulting berät mittelständische Unternehmen, Behörden und Großkonzerne auf dem Weg zu schlanken und effizienten Prozessen.

LNT Automation entwickelt und fertigt kundenspezifische Elektroniklösungen. Außerdem befasst sich das Unternehmen mit der Entwicklung, der Herstellung und dem Vertrieb von kundenspezifischen und kapazitiven Touchsystemen wie Multitouch-Lösungen aus Glas und dazu passenden Controllereinheiten. Die Elektronik wird in Eigenherstellung gefertigt.

Im Internet: www.fischer.group

Ansprechpartnerin

Katharina Maria Siegel
Pressereferentin Befestigungssysteme
Telefon: +49 7443 12 – 4217
E-Mail: katharinamaria.siegel@fischer.de