

Persönliche Beratung vor Ort bringt nötige Kundenbindung

GROSSFORMATWERBUNG Die Spezialfirmen, welche grossflächige Werbung und Megaposter drucken und herstellen, setzen im Kundenbusiness auf persönliche Beratung: Nur vor Ort und im individuellen Gespräch kann ein Auftrag sinnvoll besprochen werden. Dabei ist die Qualität der Beratung zentral.

VON EUGEN RIESER



Das PlotFactory-Team klebt für Clientis Werbeflächen auf den VZO-Bus.

■ Grossformatige Werbung oder Megaposter können Gebäude umhüllen oder hängen an Baustellen und Immobilien. 10 mal 14 Meter messen die riesigen Plakate, welche die SUVA kürzlich als Wettbewerb für Schulklassen ausgeschrieben hat. 259 Klassen machten mit und 30 davon schafften es in den Final. Das Thema war die grosse Anzahl von Todesfällen auf Baustellen in der Schweiz und wie man mit einem Präventionsposter das Unglücksrisiko eindämmen könnte. Wer die Schülerinnen und Schüler bei ihren Kreativideen beraten hat, wissen wir nicht. MK fragte jedoch die Produzenten von grossflächiger Werbung, wie die Beratung der Kunden durchgeführt wird.

«Die Beratung beginnt bei den meisten Kunden eigentlich sofort, bei der Begehung des Objektes vor Ort. Mit der Bestandsaufnahme stellen sich die Fragen, welches Material – Blachen oder Netz – und

wie kann die Grossformatwerbung befestigt werden», erklärt Daniel Weissbaum, Verkaufsleiter der Attilio Meyer AG, Digitaldruck & Leuchtwerbung, in Gossau ZH. Zu den Beratungsleistungen zählen auch Hinweise auf Einschränkungen, wie diese in der Stadt Zürich zur Anwendung kommen. Oft kommen Kunden zur Attilio Meyer AG, um nach geeigneten Plätzen für Megaposter zu fragen.

«Die persönliche Beratung von mir vor Ort ist zentral für den Auftrag. Kompetenz und Vertrauen ist der Schlüssel zum Erfolg», führt Daniel Weissbaum ins Feld. Ein Plus seien dabei die eigenen Schriftmaler, Monteure und Skyworker, die alle Dienstleistungen von der Produktion bis zur Umsetzung ausführen können. Über die Geschäftsabwicklung hält der Verkaufsleiter fest: «Wir haben viele Direktkunden wie Interio, IKEA, Schubiger Möbel, Vögele Shoes, Coop,

Schild, Charles Vögele Mode, Clientis Zürcher Regionalbank, Credit Suisse, wo alles meistens direkt läuft oder höchstens noch die Agentur für die Datenanlieferung eingeschaltet wird.» Für die IKEA produziert die Attilio Meyer AG direkte Megaposter, Parkplatzplakate und Indoor-Banner für alle sieben Häuser in der Schweiz. Diese werden acht Mal pro Jahr ausgewechselt, berichtet Daniel Weissbaum.

Vertrauen dank Beratung

Für den Inhaber von Movingposter.ch GmbH in Cham, Philipp Gloor, ist das Beratungsthema komplex, weil die gewünschten Leistungen oft sehr unterschiedlich seien. «Die Kunst dabei ist zu merken, was der Kunde für Informationen benötigt. Oft beraten wir in Bezug auf die Materialien, Auswahl der Produkte, des Druckbildes, Haltbarkeit, Qualität, Format oder wie die Druckdaten angelegt

werden sollten, um ein optimales Druckergebnis zu erhalten.» Man verwende kein IT-Tool zur Beratung, sondern konzentriere sich auf das persönliche Gespräch, meint Philipp Gloor weiter.

«Für mich persönlich ist eine umfassende persönliche Beratung eine der wichtigsten Leistungen, die wir als Unternehmen in der Werbetechnik den Kunden bieten können. Durch diese Beratung schaffen wir ein enges Verhältnis zum Kunden und bauen Vertrauen auf, welches schlussendlich die Grundlage für eine langjährige Kundenbindung ist», so Gloor. Durch die Kundennähe und das entsprechende Gespür könne man die Bedürfnisse der Auftraggeber bestens erfassen, erklärt der Movingposter.ch-Inhaber. Für den Grosskunden Tommy Hilfiger Europe stattet die Chamer Firma die Läden vier bis fünf Mal jährlich mit Schaufensterbeschriftungen aus. Hierbei werde die Schweizer

Anzeige

