



Auch während der jüngsten Hausmesse waren Werbeartikel kreativ erlebbar.

EINPRÄGSAMES ERLEBNIS

Mit dem Motto „Knotenpunkte“, das sich konsequent durch alle Elemente der jüngsten Hausmesse zog, hatten die Werbemittelprofis von top display auch diesmal wieder einen kreativen Aufhänger für ihre Hausveranstaltung gefunden. „Wenn die Gäste gehen, müssen sie überzeugt sein, der Knoten ist geplatzt“, formuliert Gorden Daub die Ansprüche des Leitthemas, das den Kunden ihren Besuch auch diesmal zu einem anschaulichen wie einprägsamen Erlebnis werden ließ. „Es ist unsere Aufgabe und Beratungsleistung, den Einsatz der Budgets in Werbeartikel bei unseren Kunden mit guten Ideen und überzeugenden Entscheidungskriterien kontinuierlich zu steigern“, so Ralf Reichert, Prokurist Beratung und Vertrieb. Und dieser Aufgabe wurde das Team von top display erneut gerecht.

ÜBERZEUGENDE ERGEBNISSE

Um die „Knotenpunkte“ mit Leben zu füllen, wurden „ausgezeichnete Praxisbeispiele“ aus den unterschiedlichsten Branchen gezeigt und den Besuchern auch im Detail erläutert. Im Blickpunkt standen dabei Zielsetzung, Vorgehensweise, Umsetzung und die erzielte Wirkung. Weitere besondere „Knotenpunkte“ waren kommunikativ herausgestellt. „Die Stimmung der Aussteller war gut, die Vielzahl interessierter Kunden und die Qualität der Beratungsgespräche überzeugte. Die Zahl konkreter Angebotsanforderungen oder Auftragerteilungen war zudem ein messbares Ergebnis und Ausdruck einer überzeugenden Teamleistung“, resümiert Gorden Daub. Und damit diese Veranstaltung bei den Teilnehmern noch lange in Erinnerung bleibt, haben alle beim Abschied einen „Knoten“ als Schlüsselanhänger erhalten, der vor Ort fachmännisch von einem langjährigen Seefahrer geflochten wurde.

www.top-display.de



TOP DISPLAY

„KNOTENPUNKTE“ GESETZT

In der jüngsten ihrer themengebundenen Hausveranstaltungen setzten die Beratungsprofis der Hamburger Full Service Werbemittel-Agentur top display international GmbH diesmal zahlreiche „Knotenpunkte“ für ihre Kunden. Diese waren sowohl haptischer als auch kommunikativer Art.

Knotenpunkte dienen als Austauschpunkte für Informationen, Meinungen und Daten. Für unsere Kunden wollten wir diese Knotenpunkte zu einem lebendigen Erlebnis in der Welt der Werbeartikel machen“, so Gorden Daub, Geschäftsführer von top display. Dazu hatten sich die 360 Quadratmeter Büro- und Präsentationsfläche des Unternehmens im Stadtteil Winterhude in ein Netzwerk mit zahlreichen haptischen Anreizen verwandelt. Zusammen mit 15 anwesenden Lieferantenpartnern, die

ihre neuesten Produktkreationen mitgebracht hatten, führte das Team von top display seine über 100 Gäste von 52 Unternehmen aus der Geschäftswelt der Metropolregion Hamburg durch einen Parcours voller dreidimensionaler Inspirationen von hohem Werbewert. Wie bei den mittlerweile sehr beliebten Events des Unternehmens üblich, hatten die Kunden meist genügend Zeit mitgebracht, sich in aller Ruhe von einem Knotenpunkt zum nächsten begleiten und individuell beraten zu lassen.