

TOP DISPLAY LUD ZUR „IDEEN OLYMPIADE 2013“

INTENSIVE GESPRÄCHE

Mit einer „Ideen Olympiade“ setzte das Werbemittelunternehmen top display seine Reihe mottoakzentuierter Hausmessen erfolgreich fort. Mit saisonalen Neuheiten und darauf basierenden Promotionskonzepten wollten die Hamburger vor allem „begeistern, beflügeln, bewegen“.

Mit dem Design überraschen. Mit der Funktion begeistern. Mit Innovationen neue Trends setzen: Mit einer exklusiven Auswahl neuer Produkte, traditionell bewährten Rennern und trendigen Ideen und Konzepten setzte die top display International GmbH in Hamburg einen ersten Akzent im neuen Jahr. Mit der „Ideen-Olympiade 2013“ hat top display ein neues Kapitel für die Hausveranstaltungen aufgeschlagen. Der Zuspruch der Kunden und Interessenten war mit 110 Teilnehmern aus 63 Unternehmen groß: eine Herausforderung für die top-display-Berater, die viel Spaß daran hatten, in intensiven persönlichen Gesprächen zu informieren und zu beraten.

WERBEARTIKEL KREATIV ERLEBBAR MACHEN

„Das persönliche Gespräch mit unseren Kunden und Interessenten ist durch nichts zu ersetzen“, betont Geschäftsführer Gorden Daub. „Wir sind Berater und immer auf der Suche nach neuen Ideen und Herausforderungen und wir sind überzeugt von dem, was wir tun. Werbeartikel kreativ erlebbar machen, ist auch der Leitgedanke für diese Veranstaltungsreihe. Eine tragende Idee konsequent von A bis Z umsetzen, heißt für top display, von der Einladungskarte bis zum Buffet muss alles stimmig sein und zueinander passen. Wer unsere Veranstaltungen besucht, muss jedes Mal etwas Neues erleben und uns mit interessanten Anregungen, Informationen

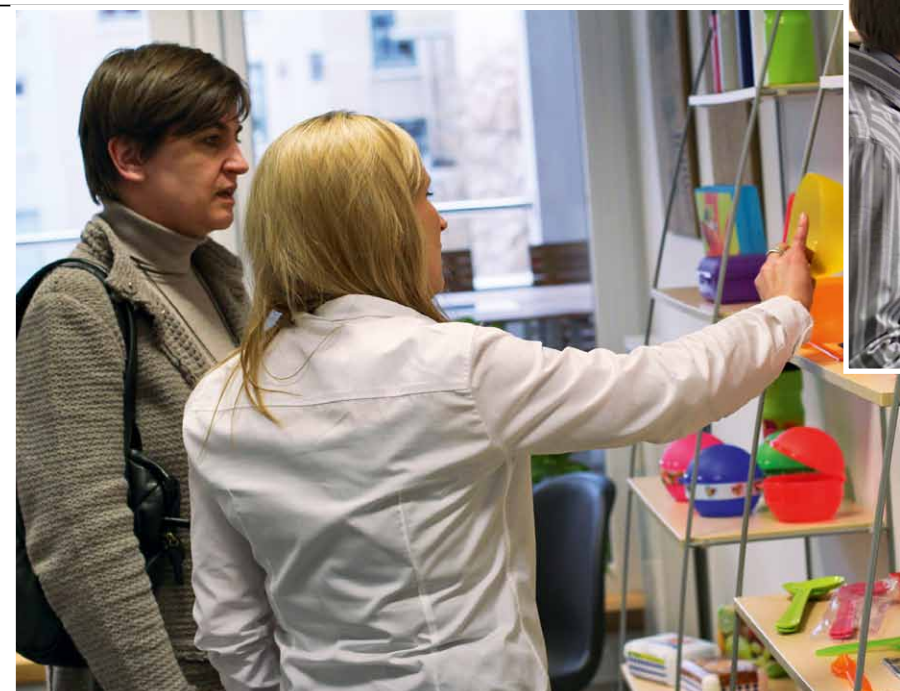
und einem guten Gefühl verlassen“, so Gorden Daub weiter. Die top-display-Berater und 16 Werbeartikelhersteller haben die Ideen-Olympiade sportlich aufgenommen und auf einer Gesamtfläche von 360 Quadratmetern mit Präsentationen, Umsetzungsideen und Anwendungsbeispielen erlebbar gemacht.

INTENSIVER UND PERSÖNLICHER KONTAKT

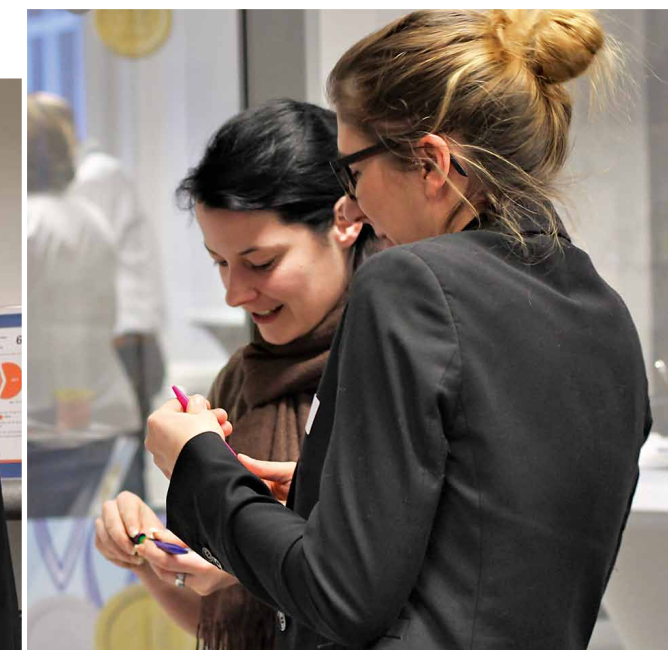
„Gefallen, werben, wirken ist sowohl unser Anspruch an diese Veranstaltungen als auch der Anspruch unserer Kunden an die Artikel oder Aktionen, die wir für sie entwickeln und umsetzen – nur so wirken sie beim Empfänger nachhaltig“, sagt Geschäftsführerin Barbara Söhngen und freut sich darüber, dass diese Veranstaltungen bei vielen Kunden einen festen Platz im Terminkalender gefunden haben. Die eingeladenen Kunden konnten sich umfangreich informieren und zielgerichtet Ideen und Wünsche diskutieren. Auch die Aussteller kommen gerne zu den top-display-Veranstaltungen. Übereinstimmend betont man hier die Vielzahl interessierter Kunden und die Qualität der Beratungsgespräche, die in vielen Fällen mit konkreten Angebotsanforderungen oder Auftragerteilungen beendet wurden. Vor allem der intensive und persönliche Kontakt aller Mitarbeiter zu ihren Kunden ist ein entscheidender Erfolgsfaktor dieser Events. Garniert war der Besuch des produktolympischen Parcours durch die Büroräume wie-



Für einige Kunden hatten die top-display-Berater in kleinen kreativen Workshops spezielle Ideen entwickelt und ihren Kunden auf der Veranstaltung mit Umsetzungsbeispielen und Mustern vorgestellt.



Die eingeladenen Kunden konnten sich umfangreich informieren und zielgerichtet Ideen und Wünsche diskutieren. Unser Bild zeigt top-display-Prokurist Ralf Reichert (Mitte) im Kundengespräch.



Holger Kapanski (links), Geschäftsführer des Werbemittelverbundes DIE6, stellte den Besuchern der Hausmesse die Key Facts der GWW-Studie zur Werbewirkung von Werbeartikeln vor.

der mit einem Gewinnspiel, bei dem es galt, die Anzahl der Kugelschreiber zu schätzen, die eine große Glasvase füllten. Kleines Handicap beim Raten: Die Schreiber waren in ihre Einzelteile zerlegt.

DIE6 INFORMIERT ÜBER WERBEWIRKUNGSSTUDIE

Holger Kapanski, Geschäftsführer des Werbemittelverbundes DIE6, dem auch top display angehört, war mit einem eigenen Counter zu Gast. Er präsentierte den Webrelaunch der Gruppe und stellte den Besuchern der Hausmesse die Key Facts der GWW-Studie zur Werbewirkung von Werbeartikeln vor, welche DIE6 in einem über-

sichtlichen Booklet zusammengestellt hat. „Hauptziel ist es, das Bewusstsein für die enorme Wirkung von Werbeartikeln beim Endkunden weiter zu vergrößern und die noch schlummernden Potenziale sukzessive zu wecken“, so Holger Kapanski.

VERLÄSSLICHER PARTNER

Für das top-display-Team hat das neue Jahr Erfolg versprechend begonnen. Mit dem kundenorientierten Ausbau des Leistungsangebotes, der Gewinnung neuer Kunden und dem neuen Internet-Auftritt wird die Zielsetzung des kontinuierlichen Wachstums engagiert umgesetzt. „Im Mittelpunkt stehen die Beratungskompetenz, das kun-

denorientierte Denken, die Kreativität und die Überzeugung der top-display-Mitarbeiter. Damit wollen wir auch zukünftig für unsere Kunden und Hersteller ein verlässlicher Partner sein und zukunftsorientiert neue Kunden gewinnen und Erfolg versprechende Geschäftsfelder erschließen“, erklärt Gorden Daub. Angesichts des kontinuierlichen Erfolgs und Zuspruchs seitens der Aussteller und Kunden plant man bei top display die Beibehaltung des Halbjahresturnus der Messen im eigenen Hause. Schon jetzt darf man aufs neue Thema gespannt sein.

www.top-display.de