



Immer wieder veranschaulichen Lieferantenpartner von top display, wie die Werbung aufs Produkt kommt.



Das top display Team setzte während der Hausveranstaltung wieder zahlreiche Knotenpunkte.



Geballte Beratungskompetenz: das top display Team und die Herstellerpartner im Gruppenbild.



TOP DISPLAY HAUSMESSE

JUBILÄUM MIT MEHRWERT

Wieder jede Menge Zeit für seine Kunden nahm sich das Team des Hamburger Werbemittelspezialisten top display. Im Neuheitenpool von diesmal 15 Herstellerpartnern erlebten die Gäste eine Jubiläumsveranstaltung mit exklusiven Vorteilen und bestmöglicher Beratung.

In Weiterentwicklung des Mottos der Veranstaltung im vergangenen Herbst lud top display diesmal zum „Knotenpunkt 2.0“ im Unternehmenssitz am Winterhuder Weg. Mit der 11. Hausmesse nach 10 erfolgreichen Terminen im idealen persönlich geprägten Umfeld der eigenen Büros und Präsentationsräume, beging der Werbemittelhändler ein ganz eigen akzentuiertes Jubiläum. Dazu hatten sich

die Beraterinnen und Berater des Teams wieder jede Menge zusätzlicher Anreize für einen Besuch einfallen lassen. Zu einem Treuebonus gab es für die Gäste weitere Vorzugsaktionen wie Standard-Bestseller zum Jubiläumspreis und Messeneuheiten zum Einführungspreis. Doch was die Kunden (diesmal 108 Personen von 55 Unternehmen aus Schleswig Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen)

vor allem immer wieder ins Haus von top display lockt, ist die intensive persönliche Rundumbetreuung.

INSPIRATIONSQUELLE WERBEARTIKEL
Dass ein solch qualifizierter Service auch über den festen Kundenstamm hinaus nicht verborgen bleibt, beweisen auch die 12 Neukunden, die sich in Hamburg einfanden. Ein weiteres überzeugendes Indiz für die Wertschätzung der Besucher des „Knotenpunkt 2.0“ war eine durchschnittliche Verweildauer von rund zwei Stunden pro Gast. Allein hier zeigt sich, wie interessiert und intensiv sich Kunden mit dem Angebot befassen und wieviel Zeit sie zu investieren gewillt sind, sich eingehend und ihren individuellen Werbebedürfnissen entsprechend inspirieren zu lassen. Dies setzt auch die ausführliche Beschäftigung des Teams im Vorfeld der Hausmesse mit den Kunden voraus. Das heißt: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von top display kennen ihre Kunden – und die Kunden selbst wissen wiederum, welche qualifizierte Beratung sie erwartet. Entsprechend gerne kommen sie und bleiben auch gerne. Und erteilen teilweise schon direkt während der Veranstaltung Aufträge.

„BEGEISTERUNG ENTFACHEN“

Dies alles macht den Besuch bei top display zu einem erlebnisreichen Ausflug in die Welt der Werbeartikel. Kein Wunder also auch, dass das Feedback fast ausnahmslos positiv ausfiel. „Tolle Atmosphäre“ oder „die Zeit ist wie im Flug vergangen“ sind nur zwei beispielhafte Kommentare von Besucherseite. Dass eine solch erfreuliche Resonanz auch Ansporn und Verpflichtung bedeutet, dessen ist man sich bei top display voll und ganz bewusst. Deshalb setzen Geschäftsführer Gorden Daub und seine Equipe auch auf kontinuierliche Weiterbildung der gemeinschaftlichen Stärken, auf ständige Neuheitenrecherche und optimalen Informationsaustausch (was einen „Pflichtbesuch“ für alle Teammitglieder auf der PSI miteinschließt) und auf Qualität bei Produkten, Beratung und Service. Nur wer selbst begeistert ist von seiner Profession kann beim Kunden „Begeisterung entfachen“, so Hans Thiele, der für Strategie und Geschäftsentwicklung zuständig ist. „Wir sind auf einem guten Weg“, sagt er, „müssen allerdings immer weiter mit der Zeit gehen. Wer ein Streichholz entzünden will, braucht eine Reibfläche. Genau-

so benötigen Werbeartikel ein entsprechendes Konzept: Ausgewählte Kreativ-Werbeartikel lassen den Funken überspringen und mit unserem individuell abgestimmten Service starten unsere Kunden im Handumdrehen ein Feuerwerk“, umschreibt Thiele die Zielrichtung.

NEUES ONLINE SHOP SYSTEM

„Damit unsere Teilnehmer bestmögliche Beratung erhalten, schöpfen wir unsere Potenziale voll aus“, unterstreicht Geschäftsführer Gorden Daub den Team-Spirit aller Mitarbeiter, jede Veranstaltung zu einem Höhepunkt für die Gäste zu machen. „Unsere Teilnehmer sollen in einer entspannten Atmosphäre eine zündende Produktauswahl erleben. Auf Wunsch haben wir auch bereits individuelle Promotion-Konzepte parat, die wir mit einer entsprechenden Produktauswahl in der Wirkung unterstreichen können“, so Gorden Daub weiter. Im Vordergrund dieser Veranstaltung stand auch die aktive Darstellung des Full-Service-Angebotes auf Grundlage des top display eTOOL Online Shop Systems. „Unser eTOOL Online Shop System ist eine webbasierte Shoplösung mit Anbindung an das Warenwirtschaftssystem. Anwenderfreund-

lich und praxisgerecht“, erklärt Ralf Reichert, Prokurist Beratung-Vertrieb. „Mit diesem Online Shop System können alle Wünsche und Anforderungen der Kunden individuell bedient werden.“ Die Vielfalt dieses Systems demonstrierte Ralf Reichert „live“ anhand eines Demoshops.

WEITERE KNOTENPUNKTE VORAUSS

Der „Knotenpunkt 2.0“ wurde schwerpunktmäßig inszeniert. Dabei wurde auch dieses Mal besonders auf das haptische Erlebnis geachtet. Die besonderen „Knotenpunkte“ wurden auf Tafeln für die Besucher anschaulich dargestellt: Was macht wirkungsvolle Werbeartikel aus und welche Antwort hat top display auf die Ansprüche und Erwartungen der Kunden. Die Grundidee des „Knotenpunkts“ für die Übermittlung wirksamer Werbeartikel und -konzepte soll als Leitmotiv in den Folgeveranstaltungen beibehalten und in unterschiedlichen Blickwinkeln immer neu beleuchtet und mit Inhalten gefüllt werden. Man darf weiter gespannt sein ...

www.top-display.de