

EUROBIKE
Halle A7
Stand 406

Fahrräder für Kinder & Jugend

BACHTENKIRCH
INTERBIKE

www.bachtenkirch.com

Kleinigkeiten fürs Erscheinungsbild

Die einen zählen es zur Pflicht, die anderen zur Kür: Details ihres Erscheinungsbildes im Firmenalltag. Fakt ist, in den vergangenen Jahren hat sich die Einstellung der Endkunden stark gewandelt. Das Fahrrad wurde zum Trendobjekt, Design steht mehr denn je im Vordergrund. Und auch was den Verkauf selbst anbelangt, sind die Ansprüche gestiegen. Kunden erwarten Professionalität im ganzen Laden.

Das beginnt bereits beim Betreten des Geschäfts. Oft sind es schon die kleinen Dinge, die den ersten Eindruck positiv beeinflussen – ohne mit großem finanziellem Aufwand verbunden zu sein. Im Eingangsbereich zählen, neben einer ansprechenden Fassade, Fußmatten mit dem eigenen Logo dazu. Otto Normalverbraucher ist diese Art der Logopräsentation zumeist nur von großen Marken gewohnt, registriert das unbewusst und nimmt den Laden dadurch als professioneller wahr. »Wir bieten unseren Händlern zu diesem Zweck individuelle Werbematten in langlebiger Qualität schon ab einem Stück. Die Größen sind komplett individuell, genau wie das Design. Also die maßgeschneiderte Lösung für jeden Eingang«, erklärt Martin Vetter von der Agentur Dowe Design und Werbung.

Der Kunde hat den Laden betreten und begegnet dem Personal. Aber weiß er auch auf Anhieb, dass er es mit einem Mitarbeiter zu tun hat? Oft wird unterschätzt, welche Rolle einheitliche Firmenkleidung spielt. Viele Kunden sind unsicher, wenn sie eine Firma das erste Mal betreten. Diese Schwellenangst liegt in der Natur des Menschen. »Deshalb ist eine einheitliche Firmenkleidung durchaus relevant. Sie vermittelt den Kunden Professionalität, diese bekommen das Gefühl, den richtigen Ansprechpartner zu haben, und auch unter den Mitarbeitern wird das Gefühl der Zusammengehörigkeit gestärkt«, sagt Vetter. Arbeitskleidung soll auch den permanenten Einsatz in der Werkstatt einfach länger überstehen. Der jeweilige Name auf dem Shirt oder ein Namensschild sorgen für den persönlichen Touch und somit für Sympathie. Man weiß einfach, wer einem gegenübersteht und spricht nicht mit einer anonymen Person.

Trikots und Trinkflaschen

Absolut im Kommen, wenn es um Kleidung mit Firmenlogo geht, sind Radtrikots und Westen im eigenen Firmendesign. Ob für die After-Work-Ausfahrt einer Mountainbike-Gruppe oder auf Rennen – damit hinterlässt man Eindruck. Heute

Besuchen Sie uns auf der Eurobike, Stand A4, Nr. 803

Formula Cycling
leper in Belgium

- Lager im Zentrum Europas mit bis zu 80.000 Rädern.
- Schnelle Zustellung in ganz Europa – egal, ob es sich um ein Fahrrad oder eine ganz Truckladung handelt.
- Riesenauswahl mit mehr 700 Modellen wie MTB, e-Bike, Trekkingrad, Rennrad, Tandem, Kompaktrad, etc.
- Exklusive Marken wie Evobike, Ficarius, Iron Bull, etc.
- Ihre Farben, Ihr Logo auf unseren Rädern? Kein Problem – bei uns bereits ab zehn Rädern und zu fairen Preisen.

Formula Cycling

Bargiestraat 32 • 8900 Ieper
Tel: (+32) (0) 57 / 48 75 00 • Fax: (+32) (0) 57 / 48 75 01
www.formula-cycling.be

sind diese Produkte problemlos schon in kleinen Mengen produzierbar. Ein aktives Firmenteam strahlt Kompetenz und Zuverlässigkeit in Sachen Fahrrad aus. Zahlreiche Händler nutzen die Möglichkeit der Eigenmarke auch, um diese im Laden zu verkaufen. Doch sowohl Qualität als auch Design müssen passen, damit die Kleidung gern getragen wird. Darüber hinaus kann sie in der Werbung eingesetzt werden und bringt dadurch den doppelten Nutzen: nämlich als Dreingabe und somit als verkaufsförderndes Mittel. Denn gibt man eine Windweste beim Kauf dazu und der Kunde nutzt diese dann gerne, so fährt er ständig Werbung für die Firma. Der Kunde fühlt sich der Firma verbunden und verknüpft ein positives Gefühl mit seinem Fahrradkauf.

Ein kleines Accessoire, das mittlerweile zur Grundausrüstung in vielen Radläden gehört, sind Trinkflaschen im eigenen Firmendesign. Der Händler hat damit für wenig Geld ein Produkt, das sein Firmenlogo präsentiert und einen wertigen Eindruck vermittelt. Bei Events werden Trinkflaschen gerne als kleines Geschenk mitgegeben. Auch hier gilt: Die Optik muss stimmen. Wer vorhat, sich ein stylisches Rad zu gönnen, will auch keine altmodische Flasche im Halter haben. Nur wenn die Flasche gern gekauft und eingesetzt wird, kann ein Händler davon profitieren. Empfohlen werden geruchsneutrale und weichmacherfreie Flaschen, die auch die Spülmaschine unbeschadet überstehen. »Bereits im dritten Jahr sind wir offizieller Deutschland-Partner der Schweizer Qualitätsflaschenmarke Bulb. Wir stehen voll und ganz hinter der Qualität der Flaschen«, sagt Martin Vetter.

All diese Beispiele funktionieren für gewöhnlich nur, wenn das Design den Kunden anspricht und aktuell ist. Wirkt es hingegen veraltet oder unseriös, bringen auch die besten Produkte nichts. Wer möchte schon wie eine Litfaßsäule mit einem Logo auf der Brust herumlaufen, das nicht gefällt?

Bevor man also die Kleinigkeiten im Laden einheitlich im eigenen Design umsetzen lässt und viel Geld investiert, kann es sinnvoll sein, über eine professionelle Modernisierung nachzudenken.

(mb)

Gute Trikots wirken professionell, sie sind angenehm zu tragen, und können ein guter Werbeträger sein, wenn das Design zeitgemäß ist.

Foto: Dowe



velo:konzept organisiert
Fahrrad-Publikummessen
zur besten Zeit des Jahres.

**Seien Sie dabei!
Buchen Sie jetzt
Ihre Teilnahme für
die Messen der
kommenden Saison:**

München
19.–23.02.2014

www.free-muenchen.de



Bremen
8.–9.03.2014

www.rad-outdoor.de

RAD + OUTDOOR

Berlin
29.–30.03.2014

www.veloberlin.com



velo:konzept

messen@velokonzept.de | Tel. +49 30 311 65 14 – 15
www.velokonzept.de | Fax +49 30 311 65 14 – 69