

Experten gewinnen mit dem BLANCO UNIT Partner-Programm

BLANCO UNIT: Eine Evolution in der Vermarktung des Wasserplatzes

Vor wenigen Wochen stellte Blanco seinen Handelspartnern die Blanco Unit vor – als perfekte Einheit aus Armatur, Spüle und Abfallsystem für den hochwertigen Wasserplatz in der Küche. Mehr noch: Die Soda-, Filter- oder Heißwasserfunktionen der neuen Blanco Unit „drink.systems“ bringen nicht nur mehr Komfort und Nachhaltigkeit in die Haushalte; die Units machen auch den Beratungs-, Planungs- und Abwicklungsprozess einfacher und sicherer. Darüber hinaus geht Blanco mit der Einführung der Neuheiten jetzt auch in der Vermarktung einen Schritt weiter und startet ein Unit-Partner-Programm. Das Unternehmen sieht sich nicht nur selbst als Spezialist für den Wasserplatz, sondern möchte auch seine Handelspartner als Experten gewinnen und sie mit einem breiten Spektrum von Werbemaßnahmen, die auch Konsumenten verstärkt ansprechen, gezielt unterstützen. An dem Vermarktungsprogramm „Unit-Partner“ kann jeder Handelspartner unverbindlich teilnehmen.

Gezielte Werbeunterstützung für Blanco Unit-Partner

Den Blanco Unit-Partnern stehen zur hochwertigen Präsentation der Units „drink.systems“ in den Verkaufsräumen neben Exponaten verschiedene, attraktive Marketing-Pakete zur Verfügung, die ein prägendes Markenerlebnis am Point of Sale vermitteln. Für Stefan Bregler, Leiter des Blanco Sales Marketings, ist der Schulterschluss mit den Handelspartnern von zentraler Bedeutung: „Uns ist es ein großes Anliegen, den Handel aktiv beim Verkauf der Produkte an die

Presseinformation

Press Release
Information Presse
Información de Prensa

Seite 2

Konsumenten zu unterstützen“. Das Team von Sales Marketing hat deshalb in bewährter enger Zusammenarbeit mit den Vertrieben das Unit-Partner-Konzept entwickelt. Ein wichtiger Baustein ist das Training von Beratungspersonal und Monteuren. Dabei setzt Blanco auf Schulungen vor Ort und nutzt ebenso digitale Möglichkeiten. „Mit Fachwissen, Verkaufsargumenten und Installations-Knowhow kann der Handel sich als Spezialist am Wasserplatz qualifizieren und damit bei den Konsumenten punkten“, erläutert Bregler. Für die regionale Werbung der Partner stehen darüber hinaus grafische Vorlagen für Printmedien und Online-Kommunikation zur Verfügung.

Mit dem sorgsam abgestimmten Unit-Partner-Konzept zeigt Blanco einmal mehr seine Innovationsstärke und Verbundenheit mit dem Fachhandel. Am Puls der Zeit sind somit nicht nur die Premium-Systeme, die zukunftsorientiert und ressourcenschonend Lösungen für einen nachhaltigen Umgang mit Trinkwasser bieten, sondern auch der inspirierende Markenauftritt und die weiterhin partnerschaftliche serviceorientierte Zusammenarbeit mit dem Handel.

Bild:

Stefan Bregler, Leiter Sales Marketing, präsentiert das Blanco Unit-Partner-Vermarktungsprogramm.

Foto: Blanco

www.blanco.de