

Produkte und Dienstleistungen

VERKAUFSHILFEN

Haptik boomt

Karl Werner Schmitz und sein Unternehmen „KWS Haptische Verkaufshilfen e.K.“ wurden im April in Hannover mit dem Promotional Gift Award ausgezeichnet. Auf der „Promotion World – Internationale Fachmesse für Werbeartikel und Incentives“ erhielt der Vater

des haptischen Verkaufsgedankens die Ehrung in der Kategorie „Sonderpreis Verkaufsförderung“ für den „Haptischen Eurostapel“.

Die „voll haptische“ Messe mit ihren zahlreichen haptischen Themen beweist: Die Haptik ist längst mehr als nur ein Trend. „Vorreiter“ Karl Werner Schmitz, der vom haptischen Virus schon infiziert war, als der Begriff „Haptik“ noch nicht einmal im Duden stand, darf sich als einer, wenn nicht als DER Auslöser des haptischen Booms bezeichnen.

Erst die haptischen Sinne – Tast-, Riech- und Geschmackssinn – machen aus



Haptischer Eurostapel: Die drei Säulen der Altersvorsorge

einer medialen Information eine körperliche Erfahrung. Der Haptische Eurostapel veranschaulicht den Nutzen einer Altersabsicherung, die auf den drei Säulen staatliche, betriebliche und private Vorsorge aufbaut. Der Kunde kann mit der haptischen Verkaufshilfe diesen Produktnutzen auf gleich mehreren Sinneskanälen erfahren.

Zum Siegeszug passt, dass das Buch „berühren – begreifen – kaufen. Haptisches Verkaufen in der Vertriebspraxis“ des Preisträgers nun in einer zweiten und stark erweiterten Auflage vorliegt.

Mehr Informationen:
KWS Haptische Verkaufshilfen e.K.
Telefon: +49 2245 6000780,
E-Mail: info@haptische-verkaufshilfen.de
Internet: www.haptische-verkaufshilfen.de

BUCHTIPP



Schmitz, Karl
Werner
**berühren –
begreifen –
kaufen**
mi-Wirtschafts-
buch, 2010

NEUES GUTSCHEINHEFT

Unterstützung für den Vertrieb

Mit einem individuell konfigurierbaren Gutscheineheft gibt die Mehrwert Servicegesellschaft (MWSG) Sparkassen und Verbundpartnern ein schnell und pragmatisch einsetzbares Instrument an die Hand. Ob als Dankeschön bei Produktabschluss, zur Belohnung von Kundentreue, zur Kampagnenunterstützung, für Kunden-Werben-Kunden-Aktionen oder im Falle einer Beschwerde: Die Kunden werden mit geldwerten Vorteilen überrascht und das stärkt die Bindung ans Institut.

Um den Einsatz für die Institute so flexibel wie möglich zu gestalten, besteht die Auswahl aus Vorteilsangeboten und Rabatt-Coupons bei über 60 regionalen und nationalen Partnern. Vergünstigungen bei Reisen, Events, Autovermietungen, Hotels, Freizeitparks, Thermen, Musicals und Theatern oder attraktive Einkaufsvorteile bei hochwertiger Einrichtung, Mode, Wein und Kosmetik – die Palette der Vorteile ist groß und lässt, je nach Einsatzschwerpunkt, eine zielgruppenspezifische oder thematische Zusammenstellung zu. Erfahrungsgemäß kommen Gutscheine bei

Kunden gut an, denn sie sparen damit zwischen zehn und 50 Prozent gegenüber dem Normalpreis. Die Einlösung der Gutscheine erfolgt problemlos durch Vorlage direkt beim Kooperationspartner oder online über einen Aktionscode.

Sparkassen können sich ihr Gutscheineheft selbst aus vorgefertigten Coupons (Format 210 x 100 mm) zusammenstellen und in der gewünschten Auflage bestellen. Die vorgefertigten Layoutvarianten bieten Raum für die Sparkassen-Individualisierung sowie einen Einleitungstext und eine eigene Anzeige der Sparkassen. Und wenn's mal schnell gehen soll: Die Gutscheinehefte stellt die MWSG, ein Unternehmen des Deutschen Sparkassenverlags und der ÖRAG Service, innerhalb von zehn Tagen nach Auftragserteilung zur Verfügung.

Mehr Informationen:
Mehrwert Servicegesellschaft mbH
Hansaallee 199
40549 Düsseldorf
Telefon: +49 211 5065-40, info@mwsg.de,
www.mwsg.de



Die Palette der Vorteile ist groß: Sparkassen können sich das Gutscheineheft selbst aus fertigen Coupons zusammenstellen.