



www.faszination-keramik.de

Starke Argumente für die Fliese

NEWSLETTER 1 - 2020

- Wussten Sie schon ...
 - wie andere Marktteilnehmer werben?
- Pro Fliese - Faszination Keramik
 - Jeder kann etwas für die Fliese und sein eigenes Unternehmen tun!
- Wie Trauco für die Fliese wirbt.
- Neue Ideen für den Einzelhandel
 - Der Kunde ist König - unser Presseartikel auf der Website von 1200Grad.



Alle bisherigen Newsletter finden Sie unter www.faszination-keramik.de/newsletter/

Wenn Sie den Newsletter nicht mehr beziehen möchten, klicken [Sie bitte hier:](#)

Wussten Sie schon ...

... wie andere Marktteilnehmer werben?

Objekt 2 | 2020

Magazin für Bodenbeläge | Estrich | Fußbodentechnik | Farben | Tapeten | Sonnenschutz

www.blauer-egge.de/uz120

www.blauer-egge.de/uz176

100 % FREI
von PVC und
Weichmachern

DISANO by HARO
Der wohngesunde Designboden

■ weich ■ fußwarm ■ pflegeleicht ■ strapazierfähig ■ leise

Waterbar Waterbar MADE IN GERMANY

www.haro.com

www.objekt-verlag.de

<https://www.objekt-online.de/>

Wussten Sie schon ...

wie andere Marktteilnehmer werben

**Gut für mich.
Gut für die Umwelt.
Gut für mein Portemonnaie.**

Unser toom Greenvinyl mit Blauem Engel.

Gesundes Wohnen ist wichtig. Das hängt schon beim Fußboden an. Schließlich wollen wir bei der jeweiligen Nutzung möglichst wenigen Schadstoffen ausgesetzt sein. Wenn zusätzlich noch **Qualität und Preis stimmen** - umso besser.

Wom an diese Aspekte wichtig sind, der ist mit toom Greenvinyl bestens beraten.

Dem Greenvinyl wird ohne PVC, ohne Weichmacher und ohne Chlor produziert. Auch die verwendeten Lacke sind frei von Lösungsmitteln. Das PRO PLANET-Siegel und das **WPM-PLANET**-Label bescheinigen toom Greenvinyl seine schadstoff- und emissionsarme **Herstellung**. Eine solche Bescheinigung ist die Auszeichnung mit dem **Blauen Engel** des toom Greenvinyl als erster Vinylboden überhaupt bekommen hat.

Aber das ist noch nicht alles. Der rekursive, selbst verlegbare und gut mit dem toom Greenvinyl wird in Deutschland hergestellt. Können Sie? Dann schauen Sie unser aktuelles Angebot an. Mehr Informationen bekommen Sie in jedem toom Baumarkt und unter toom.de

WPM PLANET
Wohnraum
Wohnfläche
Wohnfläche
Wohnfläche
Wohnfläche

www.blauer-engel.de/123

Das Label von toom Baumarkt ist nachfolgende Produkte

**Gut für mich.
Gut für die Umwelt.
Gut für mein Portemonnaie.**

**100% recycelbar
ohne PVC
emissionsarm**

toom Greenvinyl
120 x 120 cm x 2 mm, selbst verlegbar, wasserabweisend und kratzfest
Lackieren, drucken, kleben, schneiden, bohren, sägen, kleben, kleben, kleben
Lieferzeit: 2-3 Wochen
4 mm Stärke, 12 Jahre Garantie, MP 33

19,99

www.toom.de

Pro Fliese – Faszination Keramik

Wir brauchen uns vor dem Wettbewerb nicht zu verstecken. Mit unseren Argumenten und Werbemaßnahmen kann jeder etwas für die Fliese und sein eigenes Unternehmen tun.



Starke Argumente für die Fliese: Werbeideen für Ihr Unternehmen

Unsere Marketing-Initiative kann durch Ihr Unternehmen vielfältig genutzt werden. Hier stellen wir Ihnen einige der Möglichkeiten vor, die Ihnen als Partner der Initiative für Ihr Unternehmen zur Verfügung stehen. Sie finden alle Maßnahmen auf www.faszination-keramik.de

Email: info@altmayermarketing.de

Für Ihre Website: die drei Logos der Initiative

- Die Logos können Sie auf Ihrer Website einpflegen. Verlinken Sie die Logos mit unseren Websites. So kann Ihr Betrieb von unseren aktuellen Marketing-Maßnahmen direkt profitieren.

Für Ihre Firmenwerbung: Logos zum Bedrucken

- Briefpapier, Broschüren, Visitenkarten, Firmenanzeigen, Mailings, Firmenwagen, in Ihrer Ausstellung, bei regionalen Messen, Tag der offenen Tür, für Presseartikel und Anzeigen.

Für Ihre Pressearbeit: Informativ Text und Fotos

- Unter dem Stichwort „VDF“ finden Sie bei www.easy-pr.de und auf www.faszination-keramik.de unter dem Menüpunkt „Presse“ alle Texte und Fotos zum kostenfreien Download.

Beratungsbroschüre und Werbemittel

- Die Broschüre „Faszination Keramik“ sowie Autoaufkleber, Deckenhänger, Displays: Bestellbar über den Onlineshop der Firma Hauff, erreichbar auf unserer Website unter „Werbemittel“.

Emotional ansprechende Videos

- Für den Fliesenprofi sind die Videos kostenfrei als Download mit eigenen Firmendaten nutzbar.

Newsletter

- Aktuelle Informationen für die Partner unserer Marketinginitiative.

Alle Informationen auf unseren Websites und auf Facebook

für den Fliesenprofi

www.faszination-keramik.de

für den Fliesenprofi und Endverbraucher:

- www.gesundes-wohnen-mit-keramik.de
- www.energie-sparen-mit-keramik.de
- www.gestalten-mit-keramik.de
- www.facebook.de/gesundes-wohnen-mit-keramik

Viel Erfolg!

Ihr

Werner Altmayer



altmayer.marketing

Pro Fliese - Faszination Keramik

Einige Beispiele der Werbemaßnahmen mit unseren Themen.



Geschäftspapier



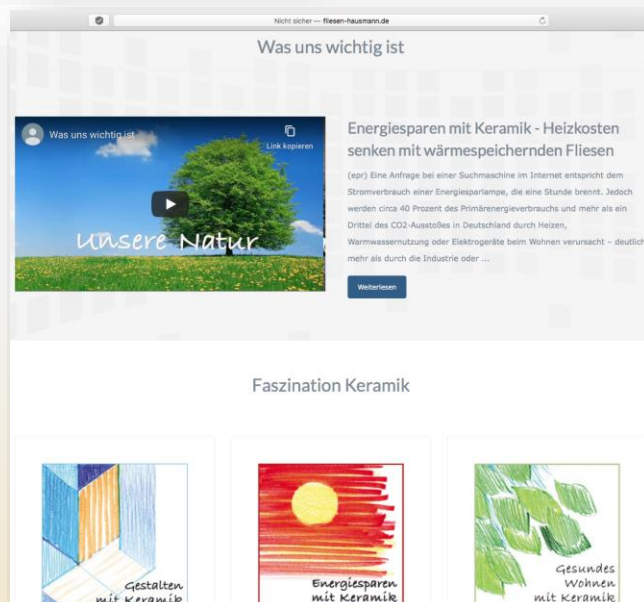
Fahrzeugwerbung



Anzeigen



Website der Fa.
Fliesen-Hausmann



Weitere Ideen für Ihr Marketing finden Sie unter

https://www.faszination-keramik.de/marketing_fuer_den_prof/

Wie Tranco für die Fliese wirbt



Auf der Website



In der Ausstellung

Hinweistafeln in der Ausstellung



Mit der Firmenbroschüre



Neue Ideen für den Einzelhandel

Vom Autohandel lernen ...

Unser Pressartikel „Der Kunde ist König“ in 1200grad

<https://www.1200grad.com/der-kunde-ist-koenig>



An dem von Medienflächen umgebenen Collagentisch können in den Fliesen-Ausstellungen der Zukunft die Produkte on- und offline ausgesucht werden. Foto: EUF/ altmayer marketing

Den Kunden in den Mittelpunkt der Unternehmensaktivitäten zu stellen ist nicht neu, aber ratsam. Immer wieder neu ist jedoch das Kundenverhalten, denn es ist in stetem Wandel, geprägt durch die Veränderungen der Lebenssituation in der der Kunde sich befindet sowie durch den sich veränderten „Zeitgeist“ und Trends im allgemeinen Konsumverhalten.

Übertragen wir diese Erfahrung auf unsere Fliesenbranche und hier speziell auf die Verkaufsstrukturen. So ist es nicht vermessen zu konstatieren, wir sind auf einer Insel, die von Veränderungen verschont wurde. Wir leben in einer Zeit, die geprägt ist durch allgemeinen Wohlstand, überbordende Produktvielfalt, einer schier grenzenlosen Kommunikation sowie einer Informations- Produkt- und Preistransparenz. Kaufen wandelt sich vom „Versorgen“ zum „Kaufenerlebnis“.

Mit freundlichen Grüßen

Werner Altmayer