

Marketingkonzept Spot-Repair

NEXA AUTOCOLOR® bietet seinen Partnerbetrieben exklusive Unterstützung in Form eines Kommunikationspaketes rund um die Vermarktung des Themas Kleinschadenreparatur (Spot-Repair) an.

Das Thema, so der Hildener Lackhersteller, bietet sich insbesondere für die Vermarktung bei Privatkunden an. Hierfür hat *Nexa Autocolor* schon vor Jahren ein Kommunikationspaket für seine Kunden aufgelegt, was kontinuierlich weiterentwickelt wurde.

Das Paket besteht aus zielkundenorientierten Mailings, Spezialflyern in unterschiedlichen Formaten, Anzeigen, RollUps für den Empfangsbereich sowie DIN A1 Plakaten. Alle Werbemittel werden mit den jeweiligen Leistungen und natürlich mit dem Kundenlogo und den Adressdetails individualisiert, sodass jeder Betrieb seine individuellen Werbemittel erhält. „Das Stempeln von vorgefertigten Herstellerflyern macht in der heutigen Zeit keinen Sinn mehr“, so Susanne Hövermann, zuständig für das Thema bei *Nexa Autocolor*. „So steht immer der jeweilige Lackier- und Karosseriefachbetrieb im Mittelpunkt, Absender für den Privatkunden.“

Mailings für unterschiedliche Zielgruppen

Der Hildener Lackhersteller hat eigens zu diesem Thema Mailings für unterschiedliche Zielgruppen entwickelt. Hier sind, neben den Privatkunden, auch die Zielgruppen Autohäuser, Flotten- & Fuhrparkbetreiber und Leasinggesellschaften zu nennen.

Darüber hinaus wurde speziell für die Zielgruppe Autohäuser das Thema Spot-Repair in einem Flyer mit weiteren, für das Autohaus interessanten Leistungen integriert, um sich hiermit vom Wettbewerb zu differenzieren.

„Gerade bei diesem Thema sollten die Betriebe, begleitend zur technischen Ausrüstung auch in ein Kommunikationspaket investieren, um auch mit einer kostengünstigen Kleinreparatur den Kunden an die Werkstatt zu binden“, so die Marketingexpertin.