

BusinessPartner

Die Zeitschrift für Handel und Industrie

PBS



Soennecken Klares Votum für Eigengeschäft ■ **Büroprofi** Gruppe forciert die Mitglieder-Gewinnung ■ **Büroeinrichtung** Impulse von der Orgatec ■ **Special** Neue Themen bei Printing + Solutions

„Den Trend aufgreifen zu personalisierten Produkten“

Stempelhersteller **Colop** hat den neuen, individualisierbaren „Printer“ seinen Kunden bei einer Roadshow nähergebracht. Sales Manager Andreas Hörtenhuber hat dort viel Zustimmung für das Produkt erfahren, sieht aber auch noch ungenutzte Abverkaufs-Chancen im Fachhandel.

Herr Hörtenhuber, Colop hat mit einer Roadshow in diesem Herbst aktuelle Produkte vorgestellt. Welches Resümee ziehen Sie für die Termine in Leipzig, Bochum und Hockenheim?

Die drei Roadshows von Colop Deutschland waren eine ideale Plattform, um interessierten Kunden die neuesten Produkte – allen voran den neuen „Printer“ – im Detail vorzustellen und viele Themen rund um unser Sortiment zu besprechen. Auch wenn die einzelnen Veranstaltungen unterschied-



Andreas Hörtenhuber, International Sales & Marketing Manager bei Colop

lich stark besucht waren: In Summe konnten die Ziele, das neue Produkt vorzustellen und den Kontakt mit unseren Kunden zu intensivieren, voll erreicht werden.

Das wichtigste Produkt der Roadshow war der „Printer“. Wie ist das Feedback von Handel und Flexografen für das neue Produkt ausgefallen?

Sowohl von den Flexografen als auch von vielen Bürofachhändlern wurde uns bestätigt, dass der neue „Printer“ eine echte Neuigkeit im Bereich Stempel ist. Die Möglich-

keit, auf günstige und einfache Weise einen Stempel zu „personalisieren“, wurde begeistert aufgenommen. Denn das Thema „Personalisierung“ liegt aktuell absolut im Trend: Die bekannteste Suchmaschine im Internet weist beispielsweise unter „personalisierte individuelle Produkte“ mehr als 1,8 Millionen Treffer aus. Von vielen begrüßt wurde auch, dass beim „Printer“ schon in der Standardversion immer vier Farbdesigns mitgeliefert werden, der Kunde sich also bei der Bestellung die Gehäusefarbe nicht mehr aussuchen muss. Zusätzlich kann sich jeder Stempelanwender jederzeit seine eigene Imagecard gestalten.

Wo sehen Sie die größten Potenziale für den individualisierbaren Stempel?

Potenziale für den neuen „Printer“ sehe ich eigentlich in allen Vertriebsbereichen. Wenn wir unter Potenzial aber verstehen wollen, wo wir in naher Zukunft Verkaufserfolge erwarten, so denke ich, werden dies vor allem große Unternehmen sein. Diese haben in der Regel klare Gestaltungsrichtlinien und -vorschriften für das eigene Erscheinungsbild nach innen und außen. Sie nehmen schon heute vielfach nicht Standardware, sondern lassen sich regelmäßig Drucksorten und dergleichen im Firmendesign drucken.

Was raten Sie dem Bürofachhandel für seinen erfolgreichen Abverkauf?

Wir raten, die Möglichkeiten, die mit dem neuen „Printer“ geboten werden, zu nutzen. Dazu ist mitunter für den Kunden eine kurze Beratung, eine Information über die Personalisierungsmöglichkeit des neuen Stempels notwendig. Dies bietet zugleich die



Neuer „Printer“ von Colop in zwei Beispiel-Designs: Colop sieht vor allem beim Einsatz in größeren Unternehmen gute Abverkaufschancen.

Chance, mit dem interessierten Kunden ein Vertrauensverhältnis aufzubauen und weiter auszubauen. Für den stationären Handel bietet Colop dazu neue Folder, Poster, Aufsteller und vieles mehr. Für den Online-Fachhandel stellen wir über Colops YouTube-Channel beispielsweise Produkt-, Anwendungs- und Imagefilme kostenlos zur Verfügung. Diese stellen auch den stationären Handel einen tollen Service und eine Hilfestellung dar.

Noch ein Hinweis zum Preis: Wir alle suchen letzten Endes etwas, das unseren Vorstellungen entspricht. Der Preis ist dabei meist nur ein Nebenkriterium – zugegeben, mitunter ein wichtiges. Man sollte nicht glauben, die Kunden kaufen immer beim günstigsten Anbieter, weil die Preisvergleichsmaschinen heute den Preis transparent machen. Vielmehr ist unsere Beobachtung, dass der Kunde auch im Internet beim Händler seines Vertrauens bestellen will und nicht beim unbekanntem „Hinterhoflieferanten“.

www.colop.de