

Tegro Home Company: Musterkampagne

# Mit crossmedialem Marketing zum Erfolg

Die Umsetzung einer erfolgreichen Marketingstrategie stellt viele Unternehmen vor Herausforderungen. Welche Multichannel-Maßnahmen führen zur Steigerung der Frequenz? Wie kann die Wahrnehmung des Händlers vor Ort verbessert werden? Welche Kosten müssen kalkuliert werden? Antworten auf diese Fragen gibt die Musterkampagne der Tegro Home Company, die durch die Inhouse-Werbeagentur „Perspektive“ des EMV 2019 durchgeführt wurde.

Jens (l.) und Stephan Rosenmeyer, Inhaber der Tegro Home Company, sind begeistert von der Werbekampagne, die die EMV-Inhouse-Agentur Perspektive umgesetzt hat. Der Erfolg der Marketingkampagne hat sich herumgesprochen. 30 weitere Unternehmen haben anschließend ähnliche Aktionen gestartet.



Der Mix aus Newsletter, Google Ads und Social Media Advertising sowie auch eines Printwerbemittels, abgestimmt auf die gesamte Musterkampagne der Tegro Home Company, erwies sich als voller Erfolg. Auch ohne die bewährten Anzeigen, Prospekte oder Hauszeitung wie in der Vergangenheit konnte der Umsatz aufgrund der neuen, zeitgemäßen Kampagne gesteigert werden. „Verglichen mit dem Vorjahr haben wir einen deutlich höheren Polsterumsatz gemacht, obwohl das Vorjahr auch schon sehr gut war“ freut sich Jens Rosenmeyer, Geschäftsführer der Tegro Home Company. Der Erfolg begeisterte auch andere EMV-Händler und so wurde das skalierbare Pilotprojekt anschließend bei mehr als 30 Unternehmen durchgeführt.

Seit 25 Jahren machen die Marketingprofis der Perspektive nichts anderes als Möbelwerbung, ausschließlich für die Händler des EMV. Die Kompetenz im Printbereich wird jetzt durch Online-Profis ergänzt. Mit der Pilotkampagne bei Tegro konnte die EMV-Tochter nun auch ihr Online-Know-how unter Beweis stellen. Das mittlerweile siebenköpfige Online-Team bietet den EMV-Gesellschaftern einen ganzheitlichen Service, Suchmaschinen-, Newsletter- und Social-Media-Marketing mit crossmedialen Marketingplänen, in Zusammenarbeit mit den Kollegen des Print-Bereichs. So entstehen erfolgreiche 360-Grad-Maßnahmen, die nachweisbar den Umsatz der Händler stärken.

www.emverbund.de/vertrieb-und-marketing