

Kommunikationskonzept für eine neue Technik

Weidmüller Interface, Detmold


SIND IHRE KUNDEN
NICHT
ZUFRIEDEN?

WARUM NICHT?

PUSH IN OFFENSIVE 2004


**ZUFRIEDENER:
DANK PUSH IN**

HERBERT P., CARD-DESIGNER BEI TRANS-INTERCOM.
PUSH IN MACHT SEINE PLATINEN 10 MAL SCHNELLER
ANSCHLUSSFÄHIG UND SEINE KUNDEN GLÜCKLICH.



Dolor sit amet adipiscing sed demiat nihil caesarius titan ullamcorper demerit vivaldi necresco poritantur in devians est loriste vum camporum ali usquamper klorenta nulla jacta festi verum sunt.
www.push-in.com

GET IT STARTED WITH
PUSH IN

Wer alles gibt, gibt nie zu wenig
Weidmüller 


SIND SIE
NICHT
EFFIZIENT GENUG?

WARUM NICHT?

PUSH IN OFFENSIVE 2004


**EFFIZIENTER:
DANK PUSH IN**

HERBERT P.; INGENIEUR BEI TRANS-INTERCOM.
PUSH IN MACHT SEINE MASCHINE SICHER
UND SEIN CHEF FREUT SICH ÜBER SINKENDE KOSTEN.



Dolor sit amet adipiscing sed demiat nihil caesarius titan ullamcorper demerit vivaldi necresco poritantur in devians est loriste vum camporum ali usquamper klorenta nulla jacta festi verum sunt.
www.push-in.com

GET IT STARTED WITH
PUSH IN

Wer alles gibt, gibt nie zu wenig
Weidmüller 

Zwei ausgewählte Follow Up-Anzeigen.
Die Testimonials verdeutlichen den starken
Nutzen des neuen Stecksystems für die
jeweilige Anwendergruppe.

Kommunikation für Fortgeschrittene

Projektbeschreibung

Die von Weidmüller bereits in einigen Produkten umgesetzte Direktstecktechnik »Push In« sollte mit einem großen Launch auf alle Segmente übertragen und intensiv ausgebaut werden.

Zur internen Klärung der Vorgehensweise wurde ein Kommunikationskonzept beauftragt, das darstellen sollte, wie und mit welchen Medien ein »Push In« Launch durchgeführt werden könnte. Da die Technik nicht an ein bestimmtes Produkt, Segment oder Einsatzgebiet gebunden ist, wurde zunächst ein übergreifender Ansatz gewählt.

Umsetzung

Das Kommunikationskonzept stützt sich auf zwei Einsichten: Die unterschiedlichen Zielgruppen mussten sich in der Technik wiederfinden und eine kurze Formel sollte der Netto-Lerninhalt der Kampagne sein.

Wir schlugen Testimonials vor, die aus der jeweiligen Zielgruppensicht die Vorteile darstellen sollten. Eine Anzeigenkampagne in den Fachtiteln der Zielgruppen bildete daher den Kern. Den Testimonials wurde ein Label mit einem einprägsamen Claim zur Seite gestellt: »Get it started with Push In«. Die Penetration des Labels sollte über den Einsatz in den Weidmüller-eigenen Medien und auf Produktverpackungen sowie durch POS-Material und eine Promotion-Tour im Elektrogroßhandel durchgesetzt werden.



Links oben: Das Zeichen versinnbildlicht das Stecksystem und motiviert durch den Claim und die Dynamik zur Anwendung.

Links unten: Testimonial und Label erscheinen grundsätzlich zusammen. Sie erbringen den Beweis und die Bekräftigung für das Stecksystem.

Rechts oben: POS-Material für die Roadshow.

