



Den Fensterbau-Partnerbetrieben steht ein ganzes Bündel plakativer Werbemittel zur Verfügung, um auf die Energiespar-Initiative aufmerksam zu machen und die Nachfrage auf den eigenen Betrieb zu lenken

Profine startet umfassende Verkaufsförderungsaktion

Initiative schöpft Modernisierungspotenziale aus

BEI EINEM DURCHSCHNITTLICHEN REIHEN-ENDHAUS gehen rund 40 Prozent der Raumwärme durch das Fenster verloren. Aufklärung tut also Not. Vor diesem Hintergrund hat die Profine GmbH unter dem Motto „Zahlen lügen nicht“ eine breit angelegte Energiespar-Initiative gestartet.

Die Energiespar-Initiative soll Hausbesitzern ermöglichen, energetische Schwachstellen bei alten Fenstern selbst aufzuspüren und die Einspar-Potenziale auszuloten. Weitere Zielsetzung der Kampagne ist es, den Hausbesitzern aufzuzeigen, dass sich eine Investition in neue Fenster durch eine spürbare Reduzierung der Energiekosten auf Sicht von selbst amortisiert.

Fenstercheck

Zentrales Instrument der Energiespar-Initiative ist ein Fenstercheck mit Hilfe eines von Profine entwickelten, gebrauchsmustergeschützten Thermometertests. Das Test-Set besteht aus drei Folienthermometern, mit denen an einem kalten Tag die Außentemperatur, die Innenscheibentemperatur sowie die Innenraumtemperatur gemessen werden. Auf Basis dieser Messdaten erstellt Profine dem Hausbesitzer eine umfassende kostenlose Expertise. Diese gibt u. a. Auskunft über den U-Wert des untersuchten Fensters und enthält Angaben, inwieweit der Energieverbrauch durch den Austausch von Fenstern reduziert werden kann.

Bei der Energiespar-Initiative handelt es sich um eine gemeinsame Aktion von Profine mit den Verarbeitern der Profilmarken KBE, Kömmerling und Trocal.

Um den Partnerbetrieben aus dem Fensterbau eine zielgerichtete Ansprache der Zielgruppe „Hausbesitzer und Modernisierer“ mit den Botschaften der Energiespar-Initiative zu ermöglichen, wurde ein Verkaufsförderungs-Paket geschnürt.

Das modulare VKF-Paket besteht aus einer großen Auswahl an Werbemitteln, die der Verarbeiter mit seinem individuellen Firmeneindruck ausstatten und sowohl für Direkt- wie auch Mediawerbung einsetzen kann. So z. B. :

- Aktionsprospekt „Zahlen lügen nicht“ zum Einsatz als Beilage in der Tagespresse sowie in Anzeigenblättern
- Aktions-Haustür-Anhänger zur individuellen Verteilung an Haushalte
- Postwurf-Spezial-Paket als Versandaktion durch die deutsche Post AG an ausgewählte Zielgruppen, die anhand bestimmter Selektionskriterien konkretisiert werden können
- Anzeigen-Service auf CD-ROM zur Schaltung von Inseraten in der Tagespresse und in Anzeigenblättern - mit verschiedenen Motiven, die in unterschiedlichen Formaten, in Farbe sowie in Schwarz-Weiß zur Verfügung stehen
- Thermometer-Kit zur Verteilung an interessierte Modernisierer als Reaktion auf die Response der Werbeaktivitäten
- Unterstützung der Partnerbetriebe bei speziellen Events, wie z. B. „Tag der offenen Tür“ und „Sanierer-Brunch“. Hierfür werden den Veranstaltern auch kompetente Referenten zur Verfügung gestellt.

Im weiteren Angebot für Partnerbetriebe aus dem Fensterbau stehen zudem Weiterbildungsseminare zur Schulung des Fachpersonals an. Auf den eintägigen Seminaren werden die Teilnehmer von qualifizierten Referenten und Trainern der „Profine Partnerakademie“ zum verkaufsstarken Energiesparberater ausgebildet. Die angebotenen Seminare finden in 20 Städten über ganz Deutschland verteilt statt und sind dadurch für jeden Teilnehmer schnell erreichbar. Auf Wunsch werden die Seminare direkt beim Verarbeiter und in diesem Fall exklusiv für dessen Mitarbeiter durchgeführt.



Das kostenlos erhältliche Thermometer-Set ermöglicht Hausbesitzern, energetische Schwachstellen der Fenster aufzuspüren

! Kontakt

Profine GmbH

Abteilung Marketing
 66954 Pirmasens
 Tel. (0 63 31) 56-0
 info@profine-group.com
 www.profine-group.com
 www.fenster-check.de