

ZUM SHOP!

das
Sommerfest

Zu Gast bei Freunden!



Das Medium pdf-Werbung steht dem Handel 14-tägig mit jeweils zwei neuen Themenbereichen zur Verfügung.

ausgemacht. In die bekannten und be-

Unsere Außendienstmitarbeiter beraten die Fachhandelskunden bei Bedarf gerne, um die bestmögliche Anbindung an unsere Services zu gewährleisten. Unser OSP (Order Service Portal) rundet für den Fachhandelspartner den Service ab. Hier kann jeder Partner einfach und unkompliziert den Status seines Auftrages und den der enthaltenen Positionen abfragen und Rückgaben erfassen."

Cross-mediales Marketing

Die Weiterentwicklung der bestehenden Marketing-Dienstleistungen war dem neuen Geschäftsführer von Beginn an persönlich sehr wichtig. Hier hatte er Defizite erkannt und einen Nachholbedarf

währten Prospekte mit zweimonatiger Laufzeit hat man eine neue Preisgestaltung und zusätzliche Bundle-Aktionen integriert. Der Kleinkatalog „Alles aus einer Hand" wurde von den Händlern gern aufgegriffen und das positive Feedback bestärkt PBS Deutschland darin, dass diese Medium für die Marktbearbeitung bestens geeignet ist.

Seit Ende April steht dem Fachhandel zusätzlich eine pdf-Werbung als 4-Seiter zu unterschiedlichen Schwerpunktthemen zur Verfügung. 20 Themenwelten wie „Die Büroküche", „Die Arbeitssicherheit" oder „Die Praxis" sind bisher erschienen. Dieses Werbemedium steht dem Handel 14-tägig mit jeweils zwei

neuen Themenbereichen zur Verfügung. Jedes pdf kann dabei individualisiert und zum Online-Shop des Händlers verlinkt werden. Zum jeweiligen Start der aktuellen Themenwelten stehen diese dann auch im Online-Shop zur Verfügung. Harald Pözl: „Händler, die die Themenwelten aktiv einsetzen, sind meist überrascht über die neu entstehenden Kontakte und zusätzlichen Bestellungen. Wir raten jedem Partner, diese Werbung zu verwenden und damit die Vielseitigkeit des Sortiments zu zeigen. Durch eine frische und manchmal auch freche Aufmachung, ergänzt um informative Aussagen, wollen wir das Interesse des Kunden wecken. Ich bin überzeugt, dass dieses Konzept nachhaltig greifen wird."

Für die System-Partner von Alka, also die Händler, die eng mit PBS Deutschland zusammen arbeiten, gibt es mit „TOP Deal" ein weiteres Werbemedium. Hier profitieren die Händler von 14-tägigen Preisaktionen, mit denen man bei den Kunden Preispunkte setzen kann. ■

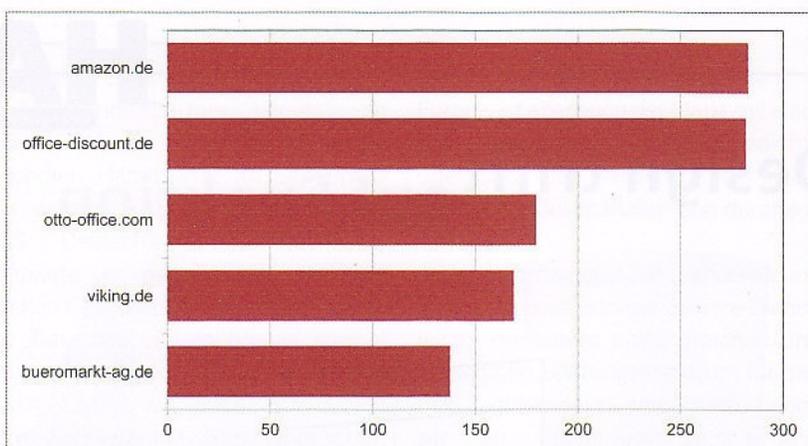
Büromaterial im Netz

EVISIBILITY | Die Studie „eVisibility Büromaterial 2016" der Agentur Research Tools analysiert die Präsenz von E-Shops in den vier Onlinekategorien Suchtreffer,

Suchanzeigen, Vergleichsportale und Social Media. Damit zeigt die Studie die Sichtbarkeit der Anbieter im Internet und gibt einen umfassenden Wettbewerbs-

überblick. Die Fachhändler Office-discount.de, Otto-office.com, Viking.de, Printus.de, Staples.de und Schaefer-shop.de schaffen es durch ihre starke Onlinepräsenz in die Top 20 der „eVisibility". Die Fachhändler Office-discount, Otto-office und Viking präsentieren sich in allen der vier untersuchten Kategorien Suchtreffer, Suchanzeigen, Vergleichsportale und Social Media. Auffallend ist, dass fast zwei Drittel der Top 100-Shops in nur einer Kategorie vertreten sind. Fast ein Drittel der untersuchten 262 Shops erreicht Sichtbarkeit über Social-Media-Plattformen. In dieser Online-Kategorie nutzen die Shops die Plattform Youtube am intensivsten. Facebook und Google+ liegen mit einem Anteil von 18 % der „Social-Media-eVisibility" gleichauf. Die Top 3-Shops in Social Media-Portalen sind: 1. Buerbedarf-stuttgart.de, 2. Office-discount.de, 3. Plate.de. ■

Top 5 eVisibility Büromaterial



Quelle: Studie eVisibility Büromaterial 2016 / research tools



Die Top 5-E-Shops „eVisibility" Büromaterial im Gesamtranking über alle vier Kategorien mit den erreichten Gesamtpunkten.