

Marketing direkt

Mit dem neuen Pentel Energel schreibt es sich besonders leicht. Um dies zu beweisen, wählt Pentel Schweiz den direkten Weg zum Kunden. Hostessen verteilen Pentel Stifte an gut frequentierten Lagen direkt an die Konsumenten. Anfang Juni beispielsweise im Hauptbahnhof Zürich.



Das Pentel-Team mit René Signer. Mit dabei auch Markus Knaus, Aussendienstmitarbeiter von Pentel (2. von rechts).

René Signer, Verkaufs- und Marketingleiter von Pentel Papeteriewaren AG, wählt den Weg des direkten Marketings. Um die Endkonsumenten von den Vorzügen des neuen Pentel Energel-Stiftes zu überzeugen, organisiert er dieses Jahr sechs grosse Verteilaktionen an gut frequentierten Lagen in den Bahnhöfen von Basel, Luzern und Zürich. Anfang Juni trafen sich sechs Hostessen unter der Leitung von René Signer erstmals in Zürich in der grossen Bahnhofshalle. Die charmanten Hostessen, zu erkennen an den blauen Perücken, hatten den Auftrag, am Nachmittag und Abend die Pas-

santen anzusprechen und zu einer Schreibprobe mit dem neuen Energel-Stift zu bewegen. Als Belohnung durften die «Tester» den Stift behalten. Einige tausend Stifte wurden während dieser Aktion verteilt, mit durchwegs positiven Reaktionen der Leute.

«Wir wollen den Konsumenten zeigen, wie angenehm sich mit dem neuen Energel-Stift schreiben lässt», erklärte René Signer. Die Hostessen wurden vorgängig im Detail über die Produktvorteile instruiert: extrem kurze Trockenzeit der liquiden Geltinte, Gummigriffzone, geeignet auch für Linkshänder, auswechselbare Mine und hergestellt aus 84% recyceltem Material. Immer wurde auch betont, dass die Schreiber im Papeterie-Fachhandel erhältlich sind und auch die Mine dort erworben werden kann. Dies wird auch auf den mit einem Musterstift verteilten Infokarten nochmals vermerkt.

René Signer ist überzeugt, dass mit solchen Aktionen viele Konsumenten von den Vorteilen des Produkts überzeugt werden können. «Wir erhalten viele wertvolle Kommentare und Informationen über unsere Produkte direkt vom

Endkonsumenten», so René Signer. Direktes Marketing im wahrsten Sinne des Wortes.

Nächste Aktionen finden statt am 5.9.2012 im Bahnhof Luzern (immer 13.00 bis 20.00 Uhr), am 3.10.2012 im Bahnhof Zürich und nochmals am 17.10.2012 im Bahnhof Basel.



Alle wollen den neuen Pentel Energel ausprobieren.

Handschrift olé

In Zeiten der elektronischen Nachrichtenflut wirken von Hand geschriebene Zeilen besonders nachhaltig – sofern diese floskelfrei und persönlich abgefasst sind. Und wer das nicht aus dem Handgelenk schüttelt, der kann es lernen.



Ulrich Marbot, Gründer des Vereins zur Förderung der Schreibkultur.

Seit der Gründung des Vereins vor bald vier Jahren, durften die Schreibcoaches von CARDNIGHTS.ch bereits über 45 Schreibwerkstätten durchführen. Als Teamanlass für Mitarbeitende oder als wertschätzender Kundenevent. Vermittelt werden Kreativmethoden wie ABC-Da-

rium, Akrostichon, Elfchen & Cie. Dieses Jahr ist Cardnights auch im Rahmen von Ferienpässen mit «coole Karten schreiben» unterwegs. «Hier hat Schreiben nichts mit Schule zu tun», berichtet Ulrich Marbot, Gründer des Vereins zur Förderung der Schreibkultur. Auch einige Papeteristen haben bereits Schreibwerkstätten durchgeführt und damit Kundenbindung betrieben. Insbesondere Firmenkunden kann so ein Mehrwert offeriert werden. «Wer mit Freude schreibt, schreibt oft – wer oft schreibt, schätzt gute und schöne Schreibgeräte und wertige Materialien aus dem Fachgeschäft», ist Marbot überzeugt. Nicht zuletzt deshalb hat er den CARDBUTLER mit Schreibtipps entwickelt.

Zusätzlich zu den 90-Minuten-Werkstätten bietet Cardnights auch Tagesseminare an. Zum Beispiel am 13. Oktober 2012 mit Wandern und Schreiben rund um den Burgäschisee (Emmental-Oberaar-

gau), wo Gotthelf mit seinen träfen Wortwendungen Pate steht. Selbst in der jüngsten Ausgabe der «smartbox» ist CARDNIGHTS buch bar – als Geschenkidee für wichtige Menschen.

Interessierte Veranstalter wenden sich an info@cardnights.ch oder Tel. 044 444 89 51.



Im Trend: Schreiben von Hand.