

## ▶ ALDISPLAYS®: Präzise Zielgruppenansprache

Ob für Grafiken, Prospekte, Hinweise oder Produktpromen – bei der Kölner ALDISPLAYS® GmbH finden Werbetreibende die passenden Displayssysteme für ihre Verkaufsförderung. Seit nahezu zwölf Jahren entwickelt und vertreibt das Unternehmen komplette Lösungen rund um den Point-of-Sale. Das Sortiment reicht von Plakat-Klapprahmen aus Aluminium über Plakat- und Prospektständer bis zu Dia-Leuchtkästen. Ein weiterer Schwerpunkt der insgesamt rund 120 Mitarbeiter liegt im Bereich der mobilen Präsentationssysteme für Messen, Ausstellungen oder Point-of-Sale-Aktivitäten. Zum Kundenstamm gehören namhafte Unternehmen wie Aldi, BMW, IKEA, Lufthansa, McDonald's, Siemens oder Unilever.

■ ALDISPLAYS® setzt für die Kundengewinnung bereits seit Jahren auf das Internet als Werbeplattform. „Online ist unsere Zielgruppe einfach am besten zu erreichen“, erklärt Rolf Göpfert, gemeinsam mit Marcus Meinhold Geschäftsführer und Mitbegründer des Unternehmens ALDISPLAYS®. „Doch was nützt die interessanteste Internetpräsenz mit den attraktivsten Angeboten, wenn man nicht gefunden wird?“ Um die Interessenten im Internet gezielt auf sich aufmerksam zu machen, hat sich der Displayprofi frühzeitig für das Suchmaschinenmarketing entschieden. Seit 1996 wirbt ALDISPLAYS® außer bei Google Adwords und Yahoo! Search Marketing bei der Lieferantensuchmaschine „Wer liefert was?“. „Unsere

primäre Zielsetzung ist es, mit gezieltem Suchmaschinenmarketing qualifizierte Anfragen per E-Mail, Telefon oder Fax zu gewinnen. Denn nur im persönlichen Gespräch können wir bei der individuellen Entwicklung von Displayssystemen das Optimum für unsere Kunden herausholen“, so Göpfert. Etwa 60 Prozent der durch Suchmaschinenmarketing generierten Kundenanfragen gehen per E-Mail bei ALDISPLAYS® ein, der Rest verteilt sich auf Telefon und Fax. „Hierzu findet unsere Zielgruppe die entsprechenden Kontaktdaten bei ‚Wer liefert was?‘. Über unsere Rubrikeneinträge erhalten wir so die qualitativ hochwertigsten Kontakte.“ ALDISPLAYS® bucht in jedem Jahr durchschnittlich mehr als 20 Rubrikeneinträge bei „Wer liefert was?“. Mit einem respektablem Ergebnis: „Unsere Erfolgsmessung hat gezeigt, dass wir in den letzten neun Jahren rund 850 qualifizierte Kontakte und 52 Kunden über ‚Wer liefert was?‘ gewinnen konnten. Davon 14 B- und sogar zwei A-Kunden wie zum Beispiel die Allianz Versicherung“, ist Göpfert von der Effizienz der Lieferantensuchmaschine als Werbeplattform überzeugt. „Wer liefert was?“ zeichnet sich durch eine hohe Effektivität, geringe Streuverluste und qualifizierte Business-Kontakte aus. Da ist ein Eintrag für uns nur die logische Folge.“



**Rolf Göpfert,**  
Geschäftsführer und  
Mitbegründer von  
ALDISPLAYS® GmbH