

So wird der Kunde empfangen, wenn er von Ballerina zum Händler geleitet wird

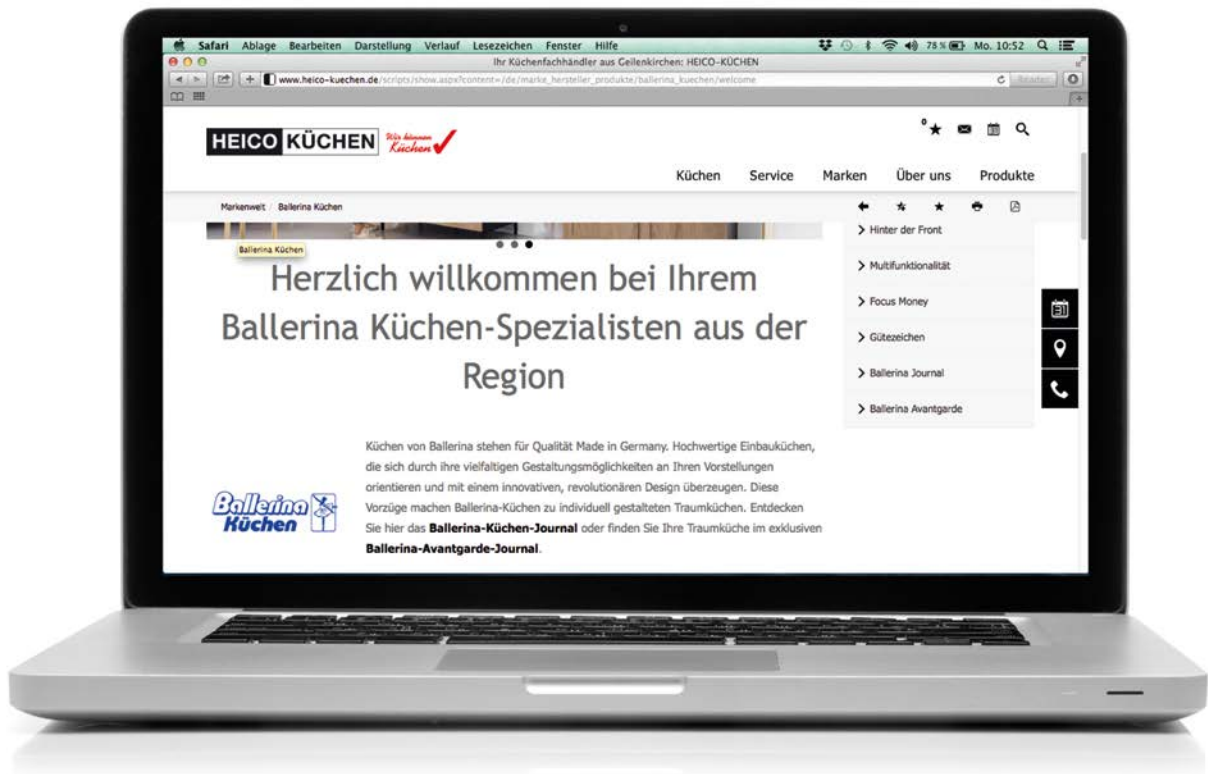


Foto Laptop: artjazz/depositphotos

Digitale Fitness für Händler frei Haus:

Das neue Online-Konzept von Ballerina

Mit einer neuen Form der digitalen Zusammenarbeit will Ballerina bei den Händlern und den Kunden punkten. Verzahntes Marketing heißt das Zauberwort, in Fachkreisen als VMH (verzahntes Marketing mit dem Hersteller) abgekürzt. „Es ist ja so“, erläutert Ballerina-Marketingleiter Andreas Predian den Hintergrund, „dass die Küchenhändler oft keine Zeit und/oder keine Lust haben, sich mit ihrem Internetauftritt regelmäßig zu befassen.“ Das neue Online-Konzept soll den Fachhandel bei dem mitunter lästigen Thema unterstützen und den Händlern damit ein professionelles Marketinginstrument an die Hand geben.

Vorgestellt wurde es auf der Hausmesse im September und ist seitdem aktiv. In der Pressemitteilung heißt es vielversprechend: „Mit diesem verzahnten Marketing powered by ieQ-systems läutet Ballerina Küchen eine neue Ära der Online-Beratung und Kundenorientierung ein.“ Ein Jahr hat die Entwicklung mit den Internet-Spezialisten von ieQ gedauert, das Unternehmen aus Münster übernimmt auch den Vertrieb. Aus dem einstigen Startup ist ein branchenbekannter Dienstleister mit rund 150 Mitarbeitern geworden, der unter anderem den Ratgeber Küche für die AMK digitalisiert.

Was also bringt die „neue Ära“? Zum einen ist da die Ballerina-Stützpunkthändlersuche. „Natürlich hat jeder Hersteller ein Händlerverzeichnis, aber ein entscheidender Unterschied ist: hier gibt es einen Ansprachewechsel“, erklärt Projektleiter Jörg Wardenga von ieQ. Auf der Ballerina-Homepage werden die Besucher von Ballerina angesprochen. Klicken sie auf der Hersteller-Seite nun auf die gewünschten Händlerkontakte, werden sie direkt zu einer sogenannten Landing Page auf der Website des Händlers geführt und dort sozusagen vom Händler in Empfang genommen. Dieser stellt sich zunächst mit seinem Ballerina-Angebot vor, so dass die Customer Journey ohne Umwege genau dorthin führt, wo der Kunde hinwollte. Die Kunden können sich von dort dann zur Startseite des Händlers durchklicken und auch alle anderen Informationen der Händler-Website aufrufen und nutzen.

Zum anderen werden bei dem Händler alle Informationen zu Ballerina auf seiner Homepage aktuell mit neuen Küchenmodellen, aktuellen Fotos etc. eingepflegt. Die aktuelle Pflege geschieht zentral und wird dann mit der Händler-Homepage synchronisiert, sprich der Händler muss sich nicht mehr selbst um die Aktualisierung seiner Markenwelt Ballerina kümmern. „Es gibt ja vieles, das sich auch unterjährig verändert, neu ist oder aus dem Programm genommen wird“, so Wardenga, „um das alles immer nachzuhalten, bräuchte man einige Personalkapazitäten.“ Da die Händler das neben ihrem Alltagsgeschäft nicht schaffen, ist selbst bei erfolgreichen Studios die Website oft veraltet. Nun wird es so sein, dass ieQ nach Informationen durch Ballerina das Update der Website übernimmt. Als

potentielle Partner sind rund 250 von Ballerina qualifizierte Händler im In- und Ausland anvisiert.

Für das Team um Wardenga war es eine Herausforderung die ungewöhnlich vielen Fronten, Bilder und Variationsmöglichkeiten von Ballerina in der Homepage zu verarbeiten und die Sitemap richtig zu gestalten. Ballerina hat zu dem neuen Online-Auftritt auch sein Sortiment teilweise erneuert und umbenannt und das neue Konzept sollte zeitgleich in sechs Sprachen starten. Das ganze musste bis zum Messebeginn zudem vertraulich behandelt werden. Die erste Resonanz laut Wardenga: „die bereits angeschlossenen Händler, wie Heico Küchen und Küchen Kümper, nehmen begeistert die Services an. Denn bei dieser VMH-Lösung stellt sich nicht Ballerina vor den Handel, sondern gibt ihm die notwendige Unterstützung.“ Für ihn steht zudem fest: „Die digitale Fitness des eigenen Unternehmens wird für alle zum Zukunftsthema Nr.1.“

Natürlich gibt es das Ganze nicht umsonst. Die Einrichtung kostet 1.199 Euro. Dazu stehen zwei Vertragsmodelle zur Auswahl. Modell 1: eine „Full-Service Lizenzpartnerschaft mit verzahntem Marketing von Ballerina“, für monatlich bis zu 279 Euro, die u.a. ein Rezeptportal, eine Servicewelt und persönlichen Kundenberater, interaktive Anwendungen und den Aktualisierungsservice individueller Firmeninhalte umschließt. Zweites Vertragsmodell ist die „Visitenkarte mit verzahntem Marketing von Ballerina“ für bis zu 159 Euro, mit fünf Features, die z.B. auch die Branchennews und 50 aktuelle Unterseiten umfassen. Weitere Informationen gibt es unter <http://www.ballerina.ieq-systems.de> (ct) ■

Jörg Wardenga von ieQ-Systems war der Projektleiter für das neue Online-Konzept von Ballerina

