

BLAUSTEIN 21.10.2015

GRIFFWERK-STUDIO-KONZEPT

Raumvorteil

DAS WICHTIGSTE IN STICHWORTEN:

Retail-Kompetenz für Fachhandel und Handwerk | modular vom Minishop bis zur Premium-Lösung |
Kontinuierliche Marktvorarbeit für den Kunden bis in den Verkaufsraum über Themenpakete | neue Module | live erleben auf dem Branchentag in Köln



NEUER, WERTIGER MARKENAUFTRITT AM POS

Im Zuge der Umfirmierung zur GRIFFWERK GmbH in 2014 wurden der gesamte Auftritt der Fachhandelsmarke GRIFFWERK neu überarbeitet. Dies betraf auch das GRIFFWERK-STUDIO-KONZEPT. Es konnte bereits Anfang 2015 vorgestellt werden, ist designrechtlich geschützt und wurde aktuell erweitert. Neben rein formalen Kriterien wie der Anpassung an das Farbkonzept der neuen Marke GRIFFWERK konnten zahlreiche funktionale Ideen umgesetzt werden, die den Verkaufsraum – gerade in Zeiten des E-Commerce – stärken und Verkaufsberatung vereinfachen. Das gesamte System ist eingebunden in

ein multimediales Kommunikationskonzept, dass der Fachhandel für sich nutzen kann.

KLARE STRUKTUR

Kunden wünschen sich klar strukturierte Übersichtlichkeit aber auch Detailinformationen. Das Blausteiner Unternehmen GRIFFWERK löst dies in der Verkaufsarchitektur über Informationsstufen. So gibt es eine Vielzahl an Vertiefungsmöglichkeiten, mit denen sich das Verkaufsgespräch individuell und „in die Tiefe“ gestalten lässt. Ausziehbare Wandboards und übersichtliche Schubladen, die mit Kompetenzsets, wie z.B. dem Thema „Sicherheit für Wohnungseingangstüren“, bestückt wurden, werden dem gerecht. Sie sind bei Bedarf schnell zur Hand. Fernwirkung und Ersteindruck konzentrieren sich dagegen auf wenige, übersichtliche Hauptgruppen und die für GRIFFWERK so wichtigen Themen.

THEMEN SETZEN

Unterschiedlichste Themen können im neuen System je nach Gewichtung gesetzt und auf den großen Panelen in den Vordergrund gestellt werden. Die Panelen sind dank einfachem Austauschsystem immer wieder neu inszenierbar. Der Handel kann aus dem GRIFFWERK-Themenpool seine Schwerpunkte auswählen. Zu allen aktuellen und neuen Innovationsimpulsen wird es auch immer passende Themenpanelen für die Verkaufsarchitektur geben. Diese Themenpakete halten aber nicht nur den Verkaufsraum immer aktuell für Besucher sondern können vom Fachhandel noch in weiteren Medien genutzt werden.

UMFASSENDE MULTIMEDIALE VERKAUFSUNTERSTÜTZUNG

Studien belegen, dass ca. 87% aller Kunden online vorinformiert in den Handel kommen. Eine große Chance, da hier mit hoher Reichweite Interessenten für Fachhandel und Handwerk erschlossen werden könnten. Die von GRIFFWERK kontinuierlich erarbeiteten Themenpakete, können grundsätzlich über alle Kommunikationskanäle gespielt werden. Dabei übernimmt GRIFFWERK aktiv selbst Medienvorarbeit für den Fachhandel und

sorgt zum Beispiel mit Bezugsquellenangaben auf der firmeneigenen Homepage dafür, dass die gewonnenen Interessenten direkt zum Fachhandel finden. Dem Handel werden für seine Kommunikation Texte und Bildpakete zusammengestellt, die er z.B. für Kundennewsletter einsetzen kann. Am realen Verkaufsort findet der Interessent dann die immer aktuellen Themen z.B. auf den Panels konsequent abgebildet. „So entsteht eine schlüssige Kommunikationskette bis in den Verkaufsraum“ erläutert Elke Hagmann, die für die Kommunikationskonzepte bei GRIFFWERK verantwortlich ist und das POS-System zusammen mit der Interior-Designerin Diana Sindlinger entwickelt hat. Sie ergänzt: „Wir möchten unseren Fachhandelskunden ein Instrumentarium an themenbezogenen Innovationsimpulsen zur Verfügung gestellt, die er flexibel multimedial nutzen kann, und die sich auch im Verkaufsraum abbilden lassen.“

SHOWTIME AB 0,5 QM FÜR FACHHANDEL UND HANDWERK

Das GRIFFWERK-Studio ist modular gedacht. Es eignet sich für komplette Shop-in-Shop-Lösungen von funundzwanzig und mehr Quadratmetern genauso wie für ergänzende Einzelmodule auf wenig Platz. Dank klassischer Farbigkeit in weiß und schwarz lässt sich das System gut integrieren. Besonderen Wert legte GRIFFWERK auf ein Konzept für das Handwerk um diesem die Einrichtung des eigenen Verkaufsraums zu vereinfachen. Die Lösungen sind abgestimmt auf ein sinnvolles Kernsortiment. Neueste Ergänzung sind zwei Systeme mit integrierter Lagermöglichkeit: eine freistehende Stele und ein Wandregal, das sich als „Kompetenzcenter“ bereits einen Namen gemacht hat und sich nun in der neu überarbeiteten Version präsentiert.

GLAS UND BESCHLAG IN SYNERGIE

Den passenden Beschlag zur Glastür findet sich im neuen Studio-Konzept noch einfacher. Themenfamilien können gemeinsam präsentiert werden und das einfache SETFIX-System erlaubt es im Verkaufsgespräch Glas und Beschlag individuell zusammenzustellen. Für das Glastürensoriment sind zwei hochwertige Module im Programm.

Live erleben kann man das Studiokonzept unter Anderem am 3. und 4. November auf dem Branchentag in Köln.

(4522 Zeichen)



Klarer und wertiger Markenauftritt mit interessanten Produktthemen auf austauschbaren Panels.
(Bild: GERHARDT KELLERMANN im Showroom des Foyers, Firmensitz Blaustein)



Ausziehbare Wandpaneele, klar gruppiert.
(Bild: GERHARDT KELLERMANN)



Setfix-Schienen gestatten interaktives Verkaufen und Ausprobieren
(Bild: GERHARDT KELLERMANN)



Schubladen für Kompetenzthemen am zentralen Kommunikationstisch.
(Bild: GERHARDT KELLERMANN)



Informationstiefe auf Thementafeln.
(Bild: GERHARDT KELLERMANN)



Verkaufserlebnis versus E-Commerce. Beschlag ist Gefühlssache.
(Bild: GERHARDT KELLERMANN)



GRIFFWERK-Studiokonzept 2015: Der Bereich Beschlag mit Kommunikations-, Beratungs- und Wartezonen. (Bild: GRIFFWERK GmbH)

WEITERE INFORMATIONEN

Pressekontakt

ELKE HAGMANN | e.hagmann@griffwerk.de

Eine Kollektionsübersicht finden Sie unter www.griffwerk.de

über GRIFFWERK



Das mittelständische Unternehmen GRIFFWERK, mit Sitz in Blaustein bei Ulm, stellt hochwertige Türbeschläge her und hat 2014 sein Portfolio um Glastüren für den Bereich Interior erweitert. GRIFFWERK führt in der GRIFFWERK DESIGN MANUFAKTUR Entwürfe renommierter Designer wie Herrn Prof. Thomas Gerlach (ehemals Frog Design), Sieger design und max bill. Derzeit arbeiten 83 Mitarbeiter im Blausteiner Stammsitz. Gründer und Geschäftsführer ist Matthias Lamparter. Zu den zentralen Werten des erst 16 Jahre jungen Unternehmens, mit erstaunlicher Erfolgsgeschichte, gehören: Innovationskraft, Pioniergeist und Designkompetenz. Die Marke GRIFFWERK ist ausschließlich über den Türenfachhandel erhältlich.

HISTORIE GRIFFWERK GMBH

- | | |
|------|--|
| 1999 | Gründung der Frascio Deutschland GmbH als Joint Venture mit dem italienischen Beschlaghersteller Frascio aus Lavenone in Italien. Start auf dem deutschen Markt. |
| 2002 | einvernehmliche Trennung von Frascio Italien
Weiterführung als Frascio Deutschland GmbH im deutschen Markt |
| 2006 | Lancierung der Marke GRIFFWERK in Zusammenarbeit mit Herrn Prof. Thomas Gerlach von der Hochschule in Pforzheim für den Premiumbereich. |
| 2013 | Umfirmierung in die GRIFFWERK GmbH und Umzug in das neue Gebäude in der Lindenstraße 90, in Blaustein bei Ulm. |
| 2014 | Vorstellung des ersten Portfolios an Glastüren
in Kooperation mit Frau Prof. Brigitte Steffen, Hochschule Reutlingen |
| 2014 | Kollektion an Glastüren und Beschlägen in Zusammenarbeit mit Jette Joop |