

ERFOLGSSTORY



Landi

René Kaiser
Leiter Kommunikation
LANDI Schweiz AG

DMC-2018-001

«Reichweite + Sortimentsbreite: die unadressierte Direktwerbung ist ein fester Pfeiler in unserem Kommunikationskonzept»

Wie wohl kaum ein anderer Fachhändler genießt die LANDI schweizweit grösstes Kundenvertrauen. Dank der regionalen Verankerung und der ausgeprägten Nähe zum Kunden differenziert sich das Unternehmen klar von seiner Konkurrenz. LANDI steht für Topqualität zum günstigsten Preis, Freundlichkeit, Fachwissen und kompetente Beratung. Die schweizweit knapp 280 LANDI-Läden sind und bleiben die Kern-Touchpoints zu den Kunden: «Das Zielgebiet für die Zustellung der Gazette wird mit einem Umkreis um die entsprechenden LANDI Laden definiert. Kunden, welche nicht im Zielgebiet der Gazette liegen, können sich die Gazette persönlich zukommen lassen.» Ein Zusatzservice der Direct Mail Company AG. «Wir erreichen mit der Gazette unsere Zielgruppe direkt und können unsere Sortimentsbreite präsentieren. Wir können den Rücklauf aufgrund des Umsatzes während der Werbewochen in den Verkaufsstellen gut messen. Die Zahlen sind überzeugend.»

«Wir sind froh, dass wir uns auf einen kompetenten und zuverlässigen Partner verlassen können. Die Möglichkeit, unsere Sortimentsbreite auf mehreren Seiten einer grossen Reichweite zu präsentieren und dies erst noch zu einem sehr attraktiven Preis - das spricht für dieses Medium.»

Angebotsprospekt:

- Format 190 x 280 mm
- In Deutsch und Französisch
- Ca. 1'498'000 Ex. pro Auflage

Zustellung:

- 26 Zustellungen im Jahr
- In definiertem Gebiet in der Deutsch- und Westschweiz



Gazette

