



Ringfoto bietet für jeden Angebotsschwerpunkt das passende Werbepaket

DIFFERENZIERUNG DURCH DIENSTLEISTUNG

# Zeigen Sie, was Sie können!

Wer retuschiert alte Fotografien, fertigt Bildcollagen, scannt Dias und digitalisiert Filme? Wer berät persönlich und kompetent, auch zu Fotobüchern oder Fotogeschenken? Im Fotofachgeschäft kann sich der Kunde sicher sein, den wohl umfangreichsten Service rund ums Bild zu erhalten – zeigen Sie Ihren Kunden das auch ganz selbstbewusst!

Neben der reinen Bilderfertigung besteht eine steigende Nachfrage nach Imaging-Produkten und qualifizierten Dienstleistungen. Die umfassende Dienstleistungskompetenz ist dabei ein Alleinstellungsmerkmal des Fotofachhandels – dessen muss sich der Fachhändler stets bewusst sein. **Nur über mehr können, mehr wissen und mehr beraten kann sich der Händler erfolgreich von Wettbewerbern wie Elektronikmärkten oder Drogerieketten differenzieren und neue Absatzchancen erschließen.**

In diesem Zusammenhang gewinnt auch die persönliche Fachberatung aufgrund im-

mer neuer Technologien und der zunehmenden Beliebtheit der digitalen Spiegelreflexfotografie weiter an Bedeutung.

## Gefragt: der Profi rund ums Bild

Mit einem breiten Dienstleistungsangebot können Sie als Fotofachhändler Ihre Service- und Fachkompetenz untermauern und die Kunden von Ihrer Leistungsfähigkeit überzeugen. Präsentieren Sie sich zum Beispiel selbstbewusst als „digitaler Bilderprofi“, der mehr kann als der Drogeriemarkt um die Ecke.

Kommunizieren Sie Ihre Sortimentsvielfalt rund ums Bild, von Fotobüchern über Fotogeschenke bis hin zur Collagenerstellung und Bildretuschen. Stellen Sie dabei stets Ihre Beratungs- und Dienstleistungskompetenz in den Vordergrund. Die persönliche und kompetente Fachberatung unterscheidet Sie gerade für die besonders ambitionierten Hobby- und Spiegelreflexfotografen von Ihren Wettbewerbern.

Die Positionierung als „Profi rund ums Bild“ bedeutet auch, bei der Vermarktung kreative Wege zu gehen. Eine Möglichkeit ist die Bündelung verschiedener Bilddienstleistungs-Angebote unter einem spezifischen Motto. Dieses Motto kann anlassbezogen sein, zum Beispiel passend zur Weihnachtszeit. Auch ein abstraktes Werbethema wie „Liebe“, unter dessen Dach dann die entsprechenden Angebote beworben werden, bietet sich an. So können Fotobücher, XXL-Poster, verschiedene Fotogeschenke oder auch die Fotoserie aus dem eigenen Studio gemeinsam promotet werden.

Das Schaufenster als einzigartiges Werbe-



Die Aktion „Alles aus Liebe“ kann saisonunabhängig oder speziell zum Valentinstag gestartet werden

medium des Fachhandels spielt hierbei eine besondere Rolle. **Nutzen Sie diese Fläche nicht nur für Kameraangebote**, sondern auch, um die Vielfalt Ihres Dienstleistungs-Sortiments und Ihre Beratungskompetenz zu kommunizieren.

### Vermarktungsstrategien im Verbund

Die Ringfoto-Gruppe berücksichtigt die wachsende Bedeutung der Dienstleistungs- und Beratungskompetenz in ihrem Werbekonzept für das kommende Jahr. Claudia Endres, Leiterin Marketing und Vertrieb bei

Ringfoto, sieht in der „Dienstleistungs-offensive“ hervorragende Chancen für den Foto-fachhandel. In Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Glanzer und Partner aus Stuttgart, die schon seit Jahren Kommunikationsstrategien für den Handel entwickelt, wurde ein umfassendes Konzept zur Bewerbung von Dienstleistungen für die Ringfoto-Mitglieder erstellt.

„Der kontinuierliche Einsatz von Werbemaßnahmen rund um das Dienstleistungsportfolio ist nicht nur unter Renditegesichtspunkten, sondern auch als Imagefaktor zu betrachten. Anders als bei der leidigen Diskussion um Billigpreise ergeben sich bei der

Beratung für Bilddienstleistungen unzählige Ansätze, Kompetenz zu zeigen, Qualität zu beweisen und eine stabile Kundenbindung aufzubauen.“, so Fritz Matz von Glanzer + Partner, dem Marketingpartner der Einkaufskooperation.

### Kontakt

**G+P Glanzer+Partner  
Werbeagentur GmbH**  
Paracelsusstr. 26, 70599 Stuttgart  
Telefon: 0711/16 73 - 0  
Geschäftsführender Gesellschafter:  
Fritz Matz