

# ColorMotion



## Kundenbindung leicht gemacht: mit SMS

Neben Seminaren, individueller Beratung und Events bietet unser Marketing-Forum *ColorMotion* seinen Mitgliedern zahlreiche Services. Dabei verfolgen sämtliche *ColorMotion*-Bausteine dasselbe Ziel: den Erfolg unserer Mitglieder.

Das *ColorMotion*-Team erweitert und optimiert ständig den Umfang des Angebotes. Eines der neuesten ist die Kundenkommunikation per SMS. Diesen attraktiven Service – *automobile-message* – stellen wir nach einer erfolgreichen Testphase gemeinsam mit unserem neuen Partner, der Firma *ServiceMessage GmbH*, bereit.

Dieser neue *ColorMotion*-Baustein ist nicht nur für Mitglieder interessant, er steht allen Glasurit-verarbeitenden Lackierbetrieben zur Verfügung. Wer also künftig seine Kunden mit einem starken Service binden möchte, hat mit *automobile-message* ein wirkungsvolles Instrument. Ob eine Information über die Fertigstellung eines Auftrags, über das Eintreffen bestellter Teile, Erinnerung an HU/AU- oder Inspektionstermine – Ihre Kunden schätzen diesen praktischen und zeitsparenden Service. Kein Wunder also, dass immer mehr Betriebe *automobile-message* als brillantes Kundenbindungsinstrument nutzen: Es bringt echte Kundenbindung, weil es mit praktischer Kommunikation echten Mehrumsatz bringt.

*ColorMotion*-Mitglied M. Mälzer schwört auf *automobile-message*: „Unsere Kunden sind begeistert von den SMS-Infos und wir sparen viel Zeit und Geld.“

Unter [www.colormotion.de](http://www.colormotion.de) erhalten Sie weitere Infos. Dort können Sie auch direkt per Registrierung den neuen Service für sich buchen.



## Zielgruppengerecht werben mit wirkungsvollen Anzeigen

Der Privatkunde ist eine wichtige Säule für den Erfolg eines Lackierbetriebes. So viel ist sicher. Doch wer ist eigentlich „der“ Privatkunde? Welche Gruppen gibt es und mit welchen Strategien kann man diese gezielt ansprechen?

Diese Fragen beschäftigten die teilnehmenden Unternehmer des jüngsten *ColorMotion*-Workshops. Auf Basis ihrer praktischen Erfahrungen und unterstützt von Kommunikationsexperten wurden Ideen entwickelt. Die Zielgruppe Privatkunde wurde aufgefächert, um verschiedene Kundengruppen noch individueller und angebotsorientiert zu erreichen. Es entstanden drei Themen-Kampagnen, von denen nun auch Sie profitieren können.

Da ist zunächst der Komplex „Ferien und Urlaub“: Bieten Sie Ihren Kunden an, das Auto während des Urlaubs bei Ihnen in Pflege zu nehmen. Das steigert die Frequenz in umsatzschwächeren Ferienzeiten. Oder nutzen Sie den Wellness-Boom und gewinnen Sie vor allem ältere Kunden durch Werterhaltungsmaßnahmen. Oder sprechen Sie Familien mit der Familien-Bonus-Karte an, einem Rabatt-System, das alle Mitglieder und Generationen einer Familie erreicht und Ihnen mehr Umsatz beschert.

Wir haben die drei skizzierten Themen-Kampagnen unter [www.colormotion.de](http://www.colormotion.de) zusammengefasst – zur Übernahme bzw. Anregung. Schöpfen Sie das Potenzial Ihres Betriebes aus; wir beraten Sie gern, wie Sie Ihren Erfolg weiter steigern.