

Erpo: Noch kundenorientierter

# Der Weg zum Wunschsofa

Mit seinen umfangreichen Systemen bietet Erpo Classics eine große Auswahl an Möglichkeiten. Neu: das Programm „CL 820“ (r.). Mitte: Einen noch variantenreicheren Sitzkomfort erlaubt Erpo Collection. Unten: Gemütliche, moderne Ecklösungen offeriert Avantgarde mit „AV 900“ und „AV 930“.



Als Erlebnisreise bis hin zum Wunschsofa beschreibt Erpo-Geschäftsführer Stefan Bornemann den Weg der Endkunden zu ihrem individuellen Polstermöbel. Um diese optimal bei ihrer Auswahl zu unterstützen, setzt der Hersteller an unterschiedlichen Hebeln an.

Wichtigste Grundlage „ist das nachhaltige Versprechen an unsere Kunden, stets höchste Qualität made in Germany zu gewährleisten“, erklärt Bornemann. Darüber

hinaus geht es darum, in der Produktpolitik gut laufende Modelle zu pflegen und auf neue Kundenbedürfnisse auszurichten, wie zum Beispiel die Programme „Porto“ und „Manhattan“ aus der Collection, für die es ab sofort eine weitere Rückenhöhe gibt. Mit „Modena“ stellte Erpo zudem eine neue Formensprache vor, die dank einstellbarer Armlehnen und optionaler Kopfstützen über hohe Funktionalität verfügt. Und wer noch mehr Variantenreichtum in zeitlos-moderner Optik sucht, kommt mit den Modellen „CL 810“ und „CL 820“ voll auf seine Kosten. Neuheiten gab es ebenso in der noch jungen Schiene „Avantgarde“, die mit zwei modernen Eckkonfigurationen überraschte.

Kundenorientierung bedeutet für Erpo aber nicht nur, neue Produkte auf den Markt zu bringen, sondern auch die Handelspartner in der Kommunikation zu unterstützen. Deshalb lancierte die Marke einen neuen Internetauftritt mit attraktiver, frischer Bildsprache und vielen nützlichen Informationen.

www.erpo.de



Fotos: Guido Schiefer

