

## Erpo stellte ein neues Studiokonzept und einen aktualisierten Online-Auftritt vor | Neue Programme

Erpo setzt auch in Zukunft auf Tradition, Innovation und Intelligenz. Fotos: Erpo

Auf der Hausmesse Süd präsentierte sich Erpo einmal mehr als ein Unternehmen mit Werten: Auch künftig setzt die Polstermöbelmanufaktur aus Ertingen ganz auf den Produktionsstandort Deutschland. Dies war im Rahmen des neuen, emotionsstarken Studiokonzepts klar zu erkennen.

Großformatige Bilder von Menschen in glücklichen Situationen und schwarze Leuchttafeln mit dem Bekenntnis „Made in Baden-Württemberg“ machen Erpo-Sofas zu echten Sympathieträgern (siehe auch Mix-Seiten). Auch darüber hinaus hatte Erpo den geladenen Gästen aus dem In- und Ausland im Showroom in Donzdorf viel Neues zu präsentieren.

### Neue Modelle, neues Leder und 100% Verbraucherkfokus im Netz

Im Bereich Erpo Classics präsentierte Stefan Bornemann, Erpo-Geschäftsführer für Marketing und Vertrieb, dem MÖBELMARKT ein klassisches und ein neues, zeitlos-modernes Modell. Auch die Lederkollektion wurde weiterentwickelt. Zwei neue weiche Lederqualitäten in je 35 Farben und mehrere hochwertige naturbelassene Leder ermöglichen jetzt noch mehr Vielfalt in der Auswahl. Die bestehenden Farben in der Lederkollektion hat das Erpo-Team komplett überarbeitet.

Im digitalen Bereich hatte Stefan Bornemann ebenfalls Neues zu vermelden: „In diesem Jahr haben wir unseren Internetauftritt mit dem 100%igen Verbraucherkfokus komplett überarbeitet“, sagt Bornemann. „Wichtig war

uns, dass künftig alle Besucher unserer Website noch schneller an die gewünschten Infos kommen, wenn sie sich für ein Modell interessieren. Mit nur drei Klicks erhalten sie eine Darstellung ihres Wunschmöbels – mit sämtlichen Produktinformationen und Varianten.“

### Intelligente Partnerschaft mit dem Handel

Auch der Händler wird auf gewinnbringende Weise in die neue Kommunikation eingebunden: Die Händlersuchfunktion auf der Homepage von Erpo führt den Kunden nicht nur zu der Adresse der nahe liegenden Anbieter. Auf Wunsch wird ergänzend zur Adressanzeige auch ein virtuelles Kollektions-schaufenster mit einer stets aktuellen, digitalen Markenpräsentation des jeweiligen Händlerangebots gezeigt. Der Handel nahm die neuen, intelligenten Angebote von Erpo sehr positiv auf. Stefan Bornemanns Messe-Resü-

mee: „Nicht nur unsere Modelle und Bezüge haben unsere Handelspartner überzeugt. Auch unsere neue Studio-präsentation ist in ihrer klaren Aussage und strukturierten Inszenierung sehr gut angekommen, und wir werden noch in diesem Jahr beginnen, die ersten neuen Studios zu verwirklichen. Die Resonanz auf unseren neuen digitalen Marketing-Service ‚Das virtuelle Schaufenster‘ für unsere Handelspartner war sehr gut. Insbesondere hat den Handel hier überzeugt, dass es keinerlei Aufwand bei der Erstellung und Pflege des Auftritts bedarf, sondern dass dieser Win-Win-Service einer erhöhten Auffindbarkeit und einer stets aktuellen Markenpräsenz durch Erpo gewährleistet wird. In den Gesprächen wurde deutlich, dass Erpo damit in der digitalen Vertriebsstrategie für seine Handelspartner in dieser Branche einen einzigartigen Service bietet.“ kh

**Stefan Bornemann:**  
„‚Made in Germany‘ stellt für uns eine konsequente Pflege unserer Werte dar.“

[moebelmarkt.de](http://moebelmarkt.de) → **PRODUKTE**

