

„Polisales“ heißt die App, die Polipol künftig dem Handel zur Verfügung stellt, um die Beratung am Point of Sale zu optimieren.



Polipol-Gruppe: Gut gerüstet in den Herbst

Nachhaltige Digital-Offensive



Mit Optimismus startet die Polipol-Gruppe in das Herbstgeschäft. „Wir freuen uns auf die Besuchertage in unserer Ausstellung in Diepenau“, sagt Geschäftsführer Marc Greve. Zusätzlich zu neuen Modellen und Funktionen sowie Bezugsmaterialien stehen bei der Polstermöbel-Größe dieses Mal vor allem drei Punkte im Fokus.

Erstens: die eigens entwickelte App „Polisales“. Die Corona-Pandemie hat der fortschreitenden Digitalisierung einen deutlichen Schub gegeben – eine Herausforderung, aber auch eine große Chance, um z. B. das Verkaufen am POS zu optimieren. Für eine noch bessere Beratung der Endkund:innen bietet „Polisales“ quasi das gesamte Wissen zu den Polstermöbelsystemen der Polipol-Gruppe in einer Hand. Die App beinhaltet u. a. allgemeine Informationen, sämtliche Typenpläne inkl. Maße, Sitzqualitäten etc., außerdem Videos zu den verschiedenen Funktionen. „Wenn der Berater alle nötigen Informationen sofort im Blick hat, dann schafft das im Verkaufsgespräch Sicherheit und Vertrauen“, so Marc Greve.

Um so ein Projekt auf die Beine zu stellen, war es im Vorfeld unumgänglich, die nötigen Informationen adäquat aufzubereiten. Dazu zählen die Optimierung interner technischer Prozesse genauso wie die Bereitstellung von IDM Daten.

Inzwischen sind auch sämtliche Daten von Oschmann IDM-fähig. Zusätzlicher Effekt: diese sind auch für die 3D-Planung notwendig, die die Polipol-Gruppe als Marktführer ebenso weiter vorantreiben will.

Zweitens: Um die neuen Hukla-Matratzen und später auch -Betten zu bündeln, wurde eigens die Hukla Comfortbetten GmbH & Co. KG gegründet. Unter dem Slogan „Hukla – So will ich schlafen“ werden erstmalig die Matratzen zur Hausmesse präsentiert. Hier gibt es eine große Auswahl zu sehen, von Wendematratzen bis zu Produkten mit besonderen Federkernen. Zudem stehen eine gute Durchlüftung und das Schlafklima im Fokus des Systems.

Drittens: das Thema Nachhaltigkeit. Diesem wird zu Recht eine immer größere Bedeutung beigemessen. Bei Polipol macht sich diese bislang u. a. in Bezügen aus PET-Flaschen oder aus recycelten Stoffen deutlich. Jetzt soll das Ganze auch im Marketing stärker berücksichtigt werden – als umfassende 360-Grad-Kommunikation. Zu den Unternehmenswerten „Menschen & Möbel“ kommt künftig zudem als dritte Säule „& Umwelt“. Im Showroom wird es zu dem Thema eine entsprechende Präsentation geben. Nachhaltigkeit wird in Zukunft ein fester Bestandteil der Unternehmensziele sein.

■ www.polipol.de



Dem Thema Nachhaltigkeit kommt künftig mehr Bedeutung zu, was sich auch im Marketing widerspiegelt.