Auf den Punkt gebracht.

Kommunikation und Vertrieb neu denken.

Bau, Architektur, Handwerk und Wohnen. Punktmacher ist spezialisiert und bringt Kommunikation für Unternehmen auf den Punkt.

"WIR GEBEN UNTERNEHMEN EINEN HAMMER IN DIE HAND, UM SICH ZUM KUNDEN DURCH-ZUSCHLAGEN. DIESER HAMMER KANN WEBSITE, MESSESTAND, ANZEIGE, MAILING ODER PRODUKTBROSCHÜRE SEIN."

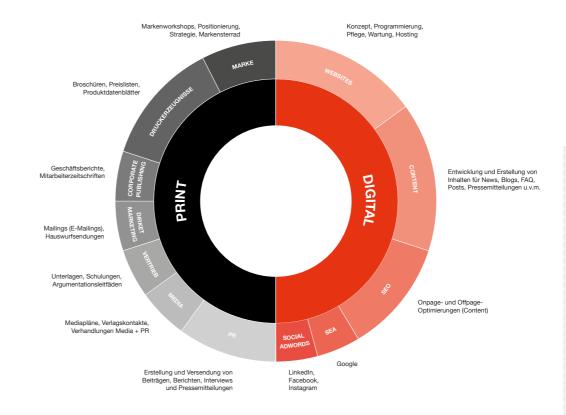
André Brömmel, Geschäftsführer Punktmacher GmbH

GENUG GEREDET – JETZT WIRD GEMACHT.

Punktmacher konzipiert und realisiert. Denn die beste Idee löst ein Problem erst, wenn sie realisiert wird. Kunden schätzen die Umsetzungsstärke von Punktmacher.

Rufen Sie uns an, wenn Sie ein Problem haben. Nennen Sie es gern Herausforderung. Uns ist wichtig, dass Sie am Ende ein Ergebnis in den Händen halten. Motto: Nicht quatschen. Machen.

Was Kunden bei Punktmacher kaufen.





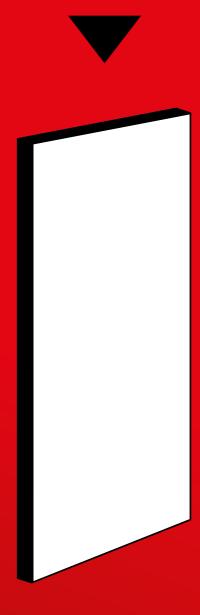
Das vielleicht ungewöhnlichste Problem eines Kunden

Vor Jahren rief der Marketingleiter eines Unternehmens mit damals 1,9 Mrd. Euro Jahresumsatz an und fragte, ob Punktmacher 4 Karten für das "morgige Endspiel der Champions-League in Dortmund" organisieren könne. Konnte Punktmacher. Auf die Frage, wie er darauf komme, ausgerechnet Punktmacher anzurufen, sagte er: "Weil Sie bisher auf alles eine Idee, Empfehlung, Lösung oder mindestens einen Kontakt geliefert haben."

Experimente enden hier



Schimmel-Spray: Hält von 12 bis Mittag.



Superwand DS: **Hält ein Leben lang.**



AUSZUG VON MEDIEN.

Die Superwand – ein Produkt, das verdient hat, von Handwerkern, Immobilienbesitzern, Hausverwaltungen, Vermietern und Mietern eingesetzt zu werden.

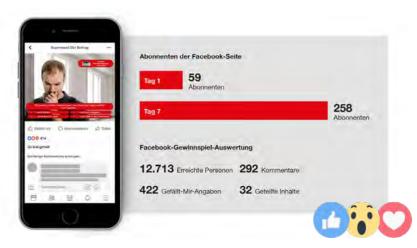
Website.

verschlüsselt und responsiv.

www.superwand.de –
eine Website, programmiert auf dem
neuesten Stand, hinterlegt mit dem
CMS (Content-Management-System)
WordPress. Selbstverständlich SSL-



Social Media.



Soziale Medien werden mit gezielten Posts und taktischen Quizfragen in ausgewählten Handwerker-Gruppen mit großem Erfolg platziert.

Schimmel-Fibel.



Produktflyer.

Die Produktflyer der Superwand wurden neu strukturiert: Eine klare Leserführung und eingekürzte Texte bringen die



Online-Test.



Der Online-Schnelltest macht es möglich, dass Betroffene durch wenige Klicks feststellen, ob die Superwand die richtige Lösung gegen Schimmelhefall ist

Fachhandelsregal.



Interviews.



Punktmacher führt regelmäßig für Unternehmen Interviews durch – darunter sind Sachverständige oder zertifizierte Schimmelexperten wie hier für Korff.

Jetzt weitere Referenzen ansehen: www.punktmacher.de/referenzen



WER WAGT, KANN AUCH GEWINNEN.

Diese ungewöhnliche Kampagnen-Idee, umgesetzt in 3D, erfreut sich enormer Aufmerksamkeit in der Zielgruppe Handel, Handwerk und Endverbraucher.

Das "Ja" vom Heiztechnik-Hersteller BRÖTJE zu dieser Idee wurde in der Präsentation durch die Erstellung einer Vielzahl von Adaptionen erleichtert, darunter ein Vkf-Paket aus Salesfolder, Bestellblatt, Plakaten, POS-Maßnahmen, Absperrband u.v.m.

Postwurfsendung







Großflächenplakat









KLAR POSITIONIERT.

Handwerksunternehmen können sich voneinander differenzieren – wie das SHK-Unternehmen Gotsch GmbH.

Die Positionierung findet Ausdruck auf der Website gotsch24.de, in einer umfassenden Unternehmensbroschüre, Wartungsordnern, Social Media, Mailings und vielen anderen Maßnahmen.

Beiträge zu Positionierung und Marke: www.punktmacher.de



Abb. Makroaufnahme einer beschieferten Bitumenbahn.

Daran soll sich das Wetter abarbeiten.

SICHTBARE VORTEILE.

Architekten, Verarbeiter und Bauherren erkennen spätestens in der Vergrößerung, dass Bitumenbahnen sicher dicht sind und es mit nahezu jedem Wetter aufnehmen können.

Für den Industrieverband Bitumen-Dach- und Dichtungsbahnen e. V. wurden Animationen, Technische Regeln, Pressearbeit, Interviews, Website u. v. m. konzipiert und realisiert: www.derdichtebau.de.

SEO-relevanter Content.

Punktmacher erstellt explizit für Google zugeschnittene Inhalte z.B. als FAQ, Glossar, News oder Social Media Posts.





ÜBER EMOTION DIFFERENZIEREN.

In Gesprächen mit Kunden geht es nicht um die Installation von Technik. Es geht um das Gefühl, das bleibt, wenn alles fertig ist.

Die Literatur ist eindeutig: sich über die Technik zu differenzieren, ist langfristig eine Sackgasse, weil nationaler und internationaler Wettbewerb zu schnell nachahmen. Die Empfehlung: Werben und verkaufen mit Emotionen sorgt für mehr Aufmerksamkeit, Differenzierung und Umsatz.

Weitere Beispiele gewünscht? E-Mail an mail@punktmacher.de



MIT KONVENTIONEN BRECHEN.

Es gilt, die Aufmerksamkeit neuer Zielgruppen zu gewinnen.

Donaldson ist Weltmarktführer in der Filtration. Und dennoch gibt es Marktsegmente, die noch unentdeckt sind. Daher wird mit ungewöhnlichem Bild und pointiertem Text gearbeitet. Neben der Broschüre wird dazu ein Mix unterschiedlicher Maßnahmen eingesetzt.

Regelmäßige Impulse erhalten.

Bestandskunden erhalten von Punktmacher regelmäßige Inspirationen und Impulse in Form von Jokerideen, "Für Sie gelesen" oder "Für Sie weitergedacht".



WEITERE KOMMUNIKATIVE PUNKTE.



die bitumenbahn GmbH - Technische Unterlage Die Grundlage für Planung und Ausführung von Abdichtungen auf 326 Seiten inklusive ePub und interaktivem PDF



Görtzen, Stolbrink & Partner - Komplett-Auftritt Eine anspruchsvolle Website, Stellenanzeigen und Unterlagen zur Präsentation der beratenden Ingenieure für Brandschutz.

Midea Europe GmbH - Vkf-Aktion

Klimageräten.



Rheinzink - Handwerkerkampagne POS-Material für den Einsatz in DIY-Märkten zur kurzfristigen Steigerung des Abverkaufs von unterlagen, Social Media, PR und mehrerer



dormakaba - Produktneueinführung Broschüren, Banner, Produktflyer für eine Produkt-Neueinführung gefüllt mit eigens entwickelten 3D-Ambientebildern.



Schmitz Cargobull - Vertriebsunterstützung

Argument, Technik inklusive Eröffnungsfragen

Karten für Vertriebsmitarbeiter zu Nutzen,

und Schulung für den Verkauf.

emco Bau - Kampagne Eingangsmattensysteme Umfassende Vertriebskampagne aus Key-visual, Salesfolder, Mediaplan nebst Anzeigen, Bannern und Vertriebsschulung.



WOW! FÜR DIESE MARKEN DÜRFEN WIR PROBLEME LÖSEN.

Punktmacher ist kein Weg zu weit, um Kommunikation für Unternehmen auf den Punkt zu bringen.

- BRÖTJE Heizung
- Bundesverband der Deutschen Heizungsindustrie e. V.
- die bitumenbahn GmbH
- Döllken Profiles GmbH
- Donaldson Filtration
- emco Bau
- Fermacell
- ista Deutschland und international
- Korff AG
- Pipelife Deutschland GmbH
- Stadt Gladbeck
- Surteco GmbH







Komplette Kampagne aus Key-visual, Verkaufs-

WENN AUS IDEEN TATEN WERDEN SOLLEN.

Termine vereinbaren unter:

+49 2043 295084-0 oder mail@punktmacher.de

Punktmacher GmbH