En dag på "Informationszentrum Nordmanntanne"

Af Vibeke Johansen

Jeg startede som praktikant hos reklamebureauet Koop+Hagenkötter i midten af August 1998 som led i den uddannelse, jeg er ved at tage til design manager på IBA i Kolding. Uddannelsen ligner en HA, men den fletter bl.a grafisk design ind i undervisningen. Jeg skulle lære noget om marketing og kreativ udvikling samt noget om, hvordan man styrer et projekt. En af hovedgrundene til at jeg kom til at arbejde sammen med Dansk Juletræsdyrkerforening var, at jeg taler dansk og tysk, dvs. jeg var istand til at tale med såvel de danske grossister, de tyske grossister og juletræsinteresserede, som ringede eller skrev til "Informationszentrum Nordmanntanne".

Kampagnen var færdigudviklet, da jeg kom. "Informationszentrum Nordmanntanne" er den bærende faktor i kampagnen. Centret er en del af reklamebureauet Koop+Hagenkötter. Der er 2 medarbejdere, der står for de daglige arbejdsopgaver; sekretæren og praktikanten. Formålet med centret er at alle, som henvender sig, skal få indtrykket af, at de henvender sig til en "service-organisation", der enten umiddelbart besvarer deres spørgsmål eller kan viderelede dem til andre eksperter. Det andet formål er at ekspedere bestillinger, som vil blive beskrevet nedenfor. Selve styringen/planlægningen af kampagnen foregår som et samarbejde mellem Dansk Juletræsdyrkerforening og Koop+Hagenkötter.

Der var mere eller mindre lavet en designmanual, så jeg udfra den kunne være med til at lave små grafiske opgaver, såsom layout på fakturaer, fax-sider og elementer i "Nordmann News" uden at bruge alt for meget tid på udviklingen.

Jeg satte mig fra starten godt ind i kampagnens mål gennem det materiale Dansk Juletræsdyrkerforening såvel som Koop+Hagenkötter havde lavet. Min første opgave til kampagnens udførelse var at sammensætte en database med alle relevante medier + danske og tyske grossister/forhandlere. Databasen skal bruges til at kunne kontakte en eller flere grupper i takt med de forskellige trin i kampagnen. Som f.eks. hver gang "Nordmann News" udkommer, er der forskellige versioner til messe, danske grossister eller tyske grossister, hvor databasen kan sortere og udskrive adresserne i grupperne, så forsendelserne kører effektivt og til tiden.

Billede 1: Informationszentrum Nordmanntanne er servicepartner for danske eksportører. Her sørger danske og tyske medarbejdere for, at de forskellige behov hos eksportører, handlende, journalister og forbrugere dækkes.

Da vi nåede hen i november/december fik "Informationszentrum Nordmanntanne" mange bestillinger på reklamemateriale, så de fleste dage gik med at tage mod bestillinger, pakke og sende materialet. Bestillingerne kom fra danske producenter og grossister, der bestilte materialet for at kunne videregive det til deres kunder i hele det tysktalende område. De tyske grossister bestilte hovedsagelig til fordeling i deres gartneri filialer eller salgssteder ved eksempelvis supermarkeder og/eller byggekæder. Desuden fik vi mange små bestillinger fra juletræshandlere, der kun havde et stade eller solgte træerne på deres gård.

Bestillingerne fik vi typisk pr. fax, fordi de skulle udfyldes med kontonr. og det danske sted, hvor de købte træerne. Derefter checkede vi, om de også virkelig købte træerne det pågældende sted i Danmark. Vi forsøgte så vidt muligt at pakke og sende varerne samme dag, som vi modtog bestillingerne. I tilfælde med meget store bestillinger måtte vi leje en bil og køre rundt til kunderne for at holde forsendelsesomkostningerne nede. Dette forhalede selvfølgelig leveringstiden, men kunderne var oftest meget forstående, og forsøgte at være behjælpelige med hvilket tidspunkt på dagen, det var mest praktisk at komme forbi og andre småting. I mange tilfælde havde vi en tæt og næsten daglig kontakt med kunderne.

Vi begyndte også at få mange henvendelser fra private, som havde set annoncerne i Hörzu eller andre tidsskrifter. Spørgsmålene drejede sig meget ofte om pris, kvalitet, kendetegn eller oprindelse hos nordmannsgranen samt hvor, man kunne købe nordmannsgraner. Vi forsøgte selvfølge altid at give forbrugeren en adresse på en forhandler med danske nordmannsgraner så tæt på vedkommendes egen adresse som muligt og i øvrigt yde en god service.

Undervejs havde vi mange små pudsige oplevelser. I december kørte vi rundt og besøgte stader og pladser i forbindelse med konkurrencen om den bedste kundeservice, hvor forhandlerne kunne vinde 500,- DM. Der oplevede vi, at et gartneri havde udstyret deres salgsplakater (købt hos os) med lyskæder for at skabe endnu mere opmærksomhed om deres juletræer.

De fleste ser "Informationszentrum Nordmanntanne" som en organisation eller forening, der ved alt om nordmannsgraner og sælger materiale om samme. I kraft af, at den tyske befolkning gennem kampagnen får øget deres kendskab til nordmannsgranen, skaber man en præference hos dem, hvilket i sidste ende udmønter sig i et større salg af danske juletræer i Tyskland. Så i det store hele vil jeg mene, at kampagnens mål blev opfyldt og mere til. Jeg håber at denne succes kan blive gentaget flere år frem, så de danske producenter rigtig kan mærke effekten af kampagnen.

Pakkemaskine

PK 2 ..... Pakker både pyntegrønt/juletræer på paller.

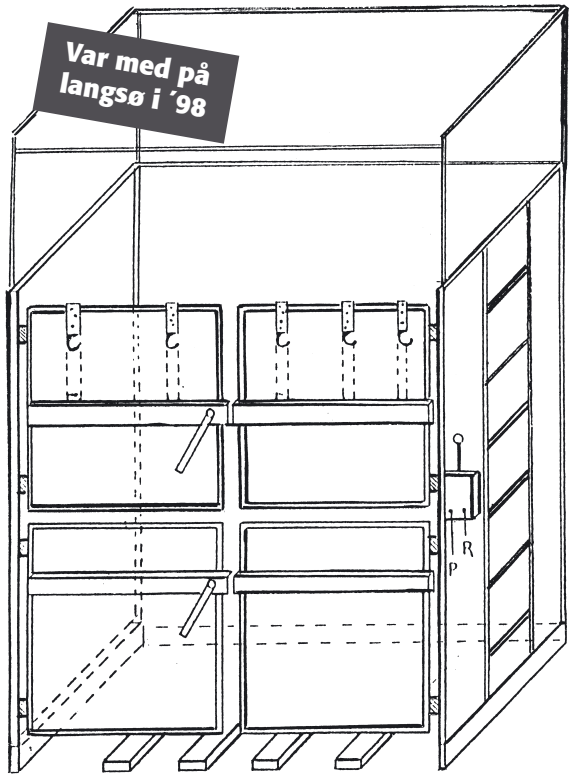
PK 2 ..... Er blevet endnu bedre i år 99.

PK 2 ..... Pakker både på dobbelt europapaller, engangspaller m.m.
Pakket palle 1=2,4 m b=1,2m h=2,4m

PK 2 ..... Fås nu med elevator som ekstraudstyr.
Ny udviklet beslag til mont. af lodrette stolper til europapaller fås stadig til 5 kr/stk.

PK 2 ..... Koster som standard model kr. 65.000,- .
Ved bestilling inden 1. juni 1999 ydes 10% rabat.

PK 2 ..... Kan lejes for 14.000,- kr/mdr og 4000,- kr/uge.



Ny model i ´99 med:

- Større motor for komprimering.
- Kraftigere bånd med påsyet øje/krog.
- PK2 pakker ca. 80 til 140 træer/palle.
- Elevator/bånd

BRINKKON

Tlf. 86 47 82 86 · 40 33 23 93