



**POSMARKETING**

**FALLBEISPIEL**

## **GESCHÄFTSERFOLG DURCH KUNDENFREQUENZ**

- Herausforderung** Stark umkämpfter Markt in der Immobilien- und Baubranche / Viele Ankäufer und wenig Angebot.
- Ziel** Die Marke Kainz bekannter machen und stärken, um dauerhaft Anfragen für Grundstücks- und Objektverkäufe zu generieren.



**Kainz  
Gruppe**





# POSMARKETING

## DIE AUSFÜHRUNG

Mobil <b>POS</b> ter	200 Werbeflächen 40 Werbeflächen	INTERSPAR Salzburg Europark SPAR Ö. AG Obertrum
Mobil <b>POS</b> ter PLUS	200 Werbeflächen	INTERSPAR Salzburg Europark
Shopping <b>POS</b> ter	200 Werbeflächen	INTERSPAR Salzburg Europark
Cash <b>POS</b> ter	Belegung an allen Kassen Belegung an allen Kassen	INTERSPAR Salzburg Europark SPAR Ö. AG Obertrum

## DAS ERGEBNIS

Der Kunde wirbt mit Konkurrenzausschluss im Kerneinzugsgebiet und ist somit 6 Tage die Woche 12 Stunden am Tag für potentielle Verkäufer sichtbar.







**POS**MARKETING

## GESCHÄFTSERFOLG DURCH KUNDENFREQUENZ

**POS**Marketing GmbH

Hoferweg 269a

A-5440 Golling

T. +43 6244 57570

office@pos-marketing.at

[www.supermarktwerbung.at](http://www.supermarktwerbung.at)

[www.froot-group.com](http://www.froot-group.com)

**FROOT**GROUP

