Lechner
Neue, interaktive Möglichkeiten

Mittwoch, 17.06.2020

Lechner arbeitet derzeit mit Hochdruck am Um- und Ausbau des Showrooms in Rothenburg ob der Tauber – auch digitale Features sollen dabei berücksichtigt werden. Das Unternehmen möchte auf diese Weise Möglichkeiten schaffen, seinen Kunden trotz der neuen Bedingungen, die die Corona-Situation und der Ausfall von Messen wie der area30 in Löhne mit sich bringt, interaktiv zu begegnen.

„Wie die Jahre zuvor, wären wir auch dieses Jahr auf der area30 in Löhne gewesen. Nun fällt sie wie so viele andere stationäre Messen aus. Wir bedauern das – schließlich gehört sie zu den wichtigsten Kommunikationsplattformen. Deshalb freuen wir uns schon jetzt auf die area30 in 2021. Gleichzeitig sind wir aber auch auf die ‚Online-Alternative' gespannt, die der Veranstalter Trendfairs angekündigt hat", so Daniel Griehl, Geschäftsführung Vertrieb und Marketing bei Lechner.

Unabhängig von diesem Angebot entwickelt Lechner selbst Pläne, bei denen die Sicherheit und Gesundheit von Mitarbeitern, Kunden und Partnern gewährleistet sei und man trotzdem über interaktive Formate in Kontakt treten könne. Diese neuen Ideen komplementieren die bereits seit 2019 Schritt für Schritt aufgestellten Strategien und kundenzentrierten Konzepte wie die Digitalisierung verschiedener Prozesse, die Optimierung der Bestellabwicklung, die individuelle Vertriebsunterstützung oder den Website Relaunch.

Lechner wird zum einen die geplanten Inhalte, die auf dem area30-Messestand präsentiert werden sollten, in persönlichen Terminen über den Außendienst vor Ort beim Kunden oder auf Wunsch auch via Webmeetings kommunizieren. Zum anderen steht ein hybrides Showroom-Konzept im Fokus, das langfristigen Bestand haben soll und ganzjährig ergänzend zu Messepräsenzen genutzt werden kann.

Um- und Ausbau des Showrooms für mehr Kundennähe

Der Showroom am Standort Rothenburg ob der Tauber soll umgestaltet werden: Getreu des Mottos „Customer first", das sich seit 2019 durch die gesamte strategische Ausrichtung des Unternehmens zieht, entsteht dort eine neue „Lechner-Erlebniswelt". Sie soll Bestandskunden wie auch Neukunden zu persönlichen Beratungsgesprächen sowie anschaulichen Präsentationen der Produkt- und Dienstleistungswelt einladen. Zudem beinhaltet das Konzept mehrere Schnittstellen, um die Hausausstellung zu digitalisieren. Sie kann zum Beispiel als digitale Beratungs- und Inspirationsplattform stattfinden. „Wir möchten auch unseren digitalen Besuchern möglichst viele Mehrwerte bieten. Der digitale Showroom ist hier eine ideale Ergänzung für unseren Website Relaunch, den wir für das vierte Quartal 2020 anpeilen.", so Griehl. Der umgebaute Showroom wird nicht nur Schulungsort für Händler sein, sondern auch gezielt für exklusive Kundenevents genutzt werden. Der Um- und Ausbau soll einen Ort

schaffen, der Besuchern die Marke Lechner mit ihren Produkthighlights und innovativen Dienstleistungen nachhaltig näherbringt.

Neue, interaktive Möglichkeiten

Links

- Lechner