



**ERPO liefert dem Möbelfachhandel die aktive Verkaufsunterstützung gleich mit:**

**ERPO-Fachhandelskonzept „Verkaufen ohne Verkäufer“**

Den Point of Sale auf der Fläche im Möbelfachhandel auch wirklich zu einem solchen zu machen, hat ERPO mit seinem neuen Shopsystem geschafft. Und geht sogar mit seinen Vertriebsunterlagen noch einen Schritt weiter. Die Kunden begeben sich auf der Shop-Fläche in die ERPO-Welt und werden über großzügige Schautafeln und Leuchtstelen mit der ERPO-Sitzkultur und dem daraus resultierenden ERPO-Effekt bekanntgemacht. Den kann der Kunde dann auch gleich an verschiedenen Modellen der Serien classic oder Collection selbst erleben. Ganz nebenbei erfährt er auf der ERPO-Fläche, dass ein Polstermöbel von ERPO in echter Wertarbeit Made in Germany gefertigt wird – und was die ERPO-Sitzkultur sonst noch so einzigartig macht. Bis hierhin alles ohne Kundenberater. Über leicht verständliche Prospekte kann sich der Kunde nun tiefer in die ERPO-Materie einlesen und ist bereits bei der großen Vielfalt der Ausstattungsmöglichkeiten angekommen. Alle Unterlagen sind so klar aufgebaut, dass es jedem Kunden selbst gelingt, seine Wunschmöbel zu gestalten und zu planen. Auf diese Weise überträgt der Möbelhersteller den schon sprichwörtlichen ERPO-Effekt mühelos von einem unvergleichlichen Sitzerlebnis auf ein ebenso beispielloses Verkaufserlebnis. Denn durch das neue, klar definierte Shopsystem mit seinen hervorragenden Umschlagsgeschwindigkeiten präsentiert sich ERPO nicht nur als strategisch gut aufgestellter, sondern auch als überaus erfolgreicher Handelspartner. Ein neues Vermarktungshandbuch bietet dem Händler klare Anleitungen für die Umsetzung des ERPO-Shopkonzeptes. Vom Kojenstyling über harmonische Farbkonzepte bis hin zu den hochwertigen Vertriebsmaterialien gibt der Leitfaden außerdem Aufschluss über alle Lösungen des Visual Merchandisings. Gleichzeitig bleibt genügend Spielraum für eine händlerorientierte Individualisierbarkeit. So punktet ERPO nicht nur bei den Käufern, sondern auch bei seinen Händlern mit der berühmten Extra-Portion Wohlgefühl. Der Premium-Hersteller für Polstermöbel hat sich intensiv über die Situation am POS im Möbelfachhandel Gedanken gemacht und ein Konzept entwickelt, aus dem sich für beide Seiten eine Win-Win-Situation ergibt. Aus dem ERPO-Shopsystem kann der Fachhändler je nach Flächengröße zwischen diversen Decken- und Stand-Modulen nebst Kissen- und Stoffständern sowie Werbemitteln auswählen. Bei der Planung der Fläche erhält er ebenso Unterstützung wie beim optimalen Styling-Konzept. Fertig ist die ERPO-Fläche, die automatische Magnetwirkung auf die Besucher ausübt. ERPO verkauft sich über das Shopsystem fast von selbst. Besonders übersichtlich strukturierte Verkaufsunterlagen machen darüber hinaus für den Fachhändler die perfekte Kundenberatung zum Kinderspiel. So fällt es ab sofort noch leichter, alle Vorzüge der ERPO-Welt zu erfassen und jedem Kunden treffsicher das passende



ERPO-Möbel empfehlen zu können. Mit dem ERPO-Fachhandelskonzept gehen Hersteller und Handel auf Nummer sicher: Der Kunde wird mit und ohne Beratung argumentativ überzeugend abgeholt und fühlt sich von Anfang an mit ERPO wohl. Der Fachhändler profitiert zusätzlich vom ansprechenden Gesamteindruck des ERPO-Shopsystems, das jede Ausstellung sichtbar aufwertet und hilft, im Markt seine Kompetenz im Hochwertsegment zu beweisen. Das ERPO-Fachhandelskonzept ist die vertriebliche Antwort auf die aktuellen Bedürfnisse der Kunden, des Handels und des Marktes.

