



PRESSEMELDUNG

Branding 2.0 und Guerilla Marketing für die Industrie

ED kommunikation setzt beim Marketing den Menschen in den Mittelpunkt

Wassenberg, im Dezember 2007. Deutschland hat eine neue, außergewöhnliche Kommunikationsagentur: ED kommunikation. Die Gründerin und Firmeninhaberin Elke Dammers-Köpp (ED) aus Wassenberg (nahe oder: Nähe Mönchengladbach/Aachen) startet mit Schlagworten wie „Branding 2.0“ und „Guerilla Marketing“ in den hart umkämpften Agentur-Markt. Kernelemente ihrer Tätigkeit sind menschliche Markenführung und ungewöhnliche Marketingstrategien, die stets auf die Menschen, die mit einem Produkt umgehen und nicht auf die Produkte selbst zielen. Als Branchenfokus wählt Elke Dammers-Köpp das industrielle Umfeld. Besonders dort dominieren Preisargument, technische Alleinstellungsmerkmale und sterile Kampagnen das Kaufverhalten. Jetzt sollen Faktoren wie Beziehungen, Menschlichkeit, Vertrauen, Zuverlässigkeit und Qualität im Vordergrund stehen – von der Marke bis zum Produkt.

Das klassische Marketing versucht heute in der Regel, Menschen durch gute Verkaufs- und Nutzenargumente, durch Alleinstellungsmerkmale oder einfach über den Preis zum Kauf zu bewegen. Zwar werden die Kampagnen immer ausgefallener, zwar suchen die Werbeagenturen und Marketingdienstleister immer neue Wege, die Botschaft in die Köpfe der Leute zu transportieren, jedoch bleibt ein entscheidender Faktor zu oft außer Acht: Der Mensch selbst.

Besonders im industriellen Umfeld sind Alleinstellungsmerkmale vom internationalen Wettbewerb schneller kopiert, als man sie kommunizieren kann. Statt immer nur Produktfeatures zu predigen und Verkaufsargumente zu suchen, setzt Elke Dammers-Köpp mit ihrer Agentur ED kommunikation auf die Etablierung einer starken und emotional geführten Marke sowie menschliche Beziehungen.

Kontakt
ed kommunikation
Elke Dammers-Köpp
Myhler Heide 20
41849 Wassenberg

Tel. +49 2432 907136
Fax +49 2432 907218
Mobil +49 178 8518940
office@ed-kommunikation.de
www.ed-kommunikation.de



Eine personen- und zielgruppenorientierte Ansprache von Interessenten und Kunden, eine lebendige und leidenschaftliche Liaison mit dem Kunden ist der Weg.

„Menschen machen Marketing, Menschen werden durch Marketing umworben. Menschen vertrauen Marken. Und Marken geben einem Unternehmen eine emotionale Ebene, der Menschen vertrauen können. Vertrauen, Menschlichkeit, Zuverlässigkeit und Qualität sind bei meinen Kommunikationslösungen dominierend. Ein Direktor Einkauf muss auch mal lächeln können, nicht nur nackte Zahlen studieren. Dieses Lächeln und das Vertrauen will ich bringen“, erklärt Elke Dammers-Köpp zu Ihrer Philosophie.

Foto von Elke Dammers-Köpp

