

# Fleurop Firmenservice

## Marketing mit Fleurop: FRoSTA setzt auf Blumen

18.11.2009 - 11:32 Uhr, Fleurop Firmenservice

Berlin (ots) -

- Zur innovativen Neukundenansprache für Büro Service setzt FRoSTA auf florale Botschafter
- 350 Adressaten mittelständischer Betriebe erhielten einen persönlich überbrachten Blumenstrauß in FRoSTA-Firmenfarben mit Produktinformationen zum Büro Bistro
- Response auf Direktmarketing-Aktion herausragend: 20% der Empfänger forderten FRoSTA Testmenüs an

Zur Unterstützung seiner Marketingmaßnahmen setzte der bekannte Tiefkühlkosthersteller FRoSTA jüngst auf Blumen von Fleurop zur Ansprache potenzieller Neukunden. Mit dem Service "Büro Bistro" bringt FRoSTA ausgewogene Tiefkühlkost direkt ins Büro und bietet damit eine Alternative zu Imbiss oder Kantine. Zur Promotion des speziellen Lieferservices und zur Einführung eines neuen FRoSTA Menüs wurden an einem Aktionstag 350 Unternehmen im Großraum Hamburg mit Blumensträußen beschenkt. Neben Produktinformationen zum Büro Bistro enthielten die Blumensträuße jeweils einen Gutschein für vier Testmenüs von FRoSTA.

Die florale Neukundenakquise vom FRoSTA Büro Bistro erzielte sehr gute Resultate: Direkt nach den Übergaben der Sträuße in den FRoSTA Unternehmensfarben gingen begeisterte Rückmeldungen und Bestellungen der Testmenüs in der FRoSTA Zentrale ein. Innerhalb einer Woche wurden Testpakete an interessierte Büros ausgeliefert. Erste Unternehmen entschieden sich unmittelbar, den Büro Bistro Lieferservice zukünftig regelmäßig zu nutzen. Ein tolles Ergebnis, findet Alexander Haliw, Vertriebsverantwortlicher FRoSTA Büro Bistro: "FRoSTA ist ein Unternehmen, das mit unkonventionellen und modernen Maßnahmen sehr erfolgreich ist. So entspricht es auch unserer Firmenphilosophie, mit Kreativität auf unsere Produkte aufmerksam zu machen. Mit Fleurop als Partner hatten wir die Möglichkeit, unseren Büro Bistro Service auf ganz besondere Art bekannter zu machen - mit Erfolg!"

Die von FRoSTA im Rahmen der Aktion angesprochenen Neukunden gaben durchweg positive Rückmeldungen: Die gelernten Attribute der Kernmarke "Qualität", "gesunde Ernährung" und "Transparenz" wurden in den Statements ungestützt auf die Tiefkühlprodukte des Büro Bistro Services angewendet. So positionierten 70 Prozent der Feedbacks FRoSTA als Hersteller von qualitativ hochwertigen Tiefkühlgerichten. Fast die Hälfte würdigte den Verzicht auf Zusatzstoffe in FRoSTA Menüs und weitere 35 Prozent verbanden FRoSTA mit gesunder Ernährung. Zudem bezeichneten 90 Prozent der Statements die florale Ansprache und die individuelle Informationskampagne als sympathisch und persönlich.

"Gerade in der Neukundenakquise sind Blumen ein wirkungsvolles Instrument - mehr Aufmerksamkeit für die Botschaft lässt sich nicht erreichen", bestätigt Karin Spengemann, Leiterin Consulting der Fleurop AG, das Ergebnis.

Weitere Infos zum Fleurop-Firmenservice unter:

<http://fleurop-firmenservice.newsroom.eu> und

<http://www.blumenimbusiness.de> . Kontakt:

Fleurop-Medienbüro

c/o Zucker.Kommunikation GmbH

Torstraße 107, 10119 Berlin

Telefon: 030 / 247 587-0, Fax: 030 / 247 587-77

eMail: [presse@fleurop.de](mailto:presse@fleurop.de)

Web: [www.zucker-kommunikation.de](http://www.zucker-kommunikation.de)

Originaltext:

Fleurop Firmenservice

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/63171/fleurop-firmenservice>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_63171.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_63171.rss2)