

PRESSEINFORMATION

Osmo stellt das Sortiment auf den Kopf Bereich „Fußboden“ tritt nach umfangreichem Relaunch noch stärker auf

Hannover, Januar 2014 – (fpr) Die Osmo Holz und Color GmbH & Co. KG startet das neue Jahr mit einer vollständigen Überarbeitung des Fußboden-Sortiments. Mit den weitgreifenden Veränderungen möchte das Unternehmen alle Angebote rund um die Holzdielen neu positionieren und zum anderen noch kundenfreundlicher gestalten. Im Zuge der Sortimentsumstellung wurden auch die dazugehörigen Marketingmaßnahmen angepasst.



Osmo hat seinen kompletten „Fußboden“-Bereich umgekrempelt und stellt die weitgreifenden Sortimentsumwälzungen auf der DOMOTEX 2014 erstmals vor. (Foto: Osmo)

Massivholzdielen feiern ein Comeback

Mit neuen Dimensionen, Oberflächen, Sortierungen und Holzarten zeigt sich das überarbeitete Fußboden-

Sortiment von Osmo so zeitgemäß und vielseitig wie nie. Aktuellen Trends wird der Holzspezialist aus Warendorf genauso gerecht wie bewährten Klassikern. Neuprodukte sind unter anderem bei den Massivholz- und Renovierungsdieleln zu verzeichnen. Die neu aufgenommene Massivholzdielen aus



Zeitgemäße Oberflächen, Sortierungen und Holzarten bestimmen das neue Fußboden-Sortiment von Osmo. Aktuelle Holzdielen-Trends werden genauso berücksichtigt wie altbewährte Klassiker. (Foto: Osmo)

Thermoholz Esche natur erweitert beispielsweise nicht nur die Möglichkeiten im Innenbereich, sondern erfüllt auch die Anforderungen, um als strukturierte Dielen „Inside-Out“ zum Einsatz zu kommen. Ein optisch nahtloser Übergang von innen nach außen auf die Terrasse wird dadurch möglich. Einheitliche Abmessungen sowie die Umstellung von Federmaß auf Deckmaß sowohl bei den Laub- als auch bei den Nadelhölzern erleichtern dem Kunden zudem die Auswahl und Preisberechnung.



PRESSEINFORMATION



Ob hell oder dunkel, lebendig oder zurückhaltend – für jeden Einrichtungsstil gibt es den passenden Holzfußboden.
(Foto: Osmo)

Marketingkonzept mit endverbraucherfreundlicher Ansprache

Analog zur Sortimentsumwälzung haben auch die Ausstellungskonzepte für den Handel und die Kataloge für den Endverbraucher eine Erneuerung erfahren. Ingesamt erfolgt die Ansprache an den Endkunden nun weitaus emotionaler, um die Lust an der Holzbodengestaltung zu wecken. Passend dazu zeigen sich auch die neuen Präsentationstafeln für den Bereich „Fußboden“ in einem frischen und modernen Design. Dank einer integrierten Halterung hat der Kunde zudem die Möglichkeit,

die Fußbodendielen-Muster mit nach Hause zu nehmen und die Optik vor Ort in den eigenen vier Wänden zu prüfen. Zeitgleich mit der Neupositionierung des Sortiments geht die überarbeitete Osmo-Homepage an den Start. Nach einem umfangreichen Relaunch finden sich die Einteilung der Produkte, ihre farbliche Kennzeichnung sowie verwendete Icons im Internet analog zum neuen Katalogkonzept wieder. Eine schnelle Orientierung sowie ein hoher Wiedererkennungswert sind damit gewährleistet.

