

PRESSEINFORMATION

Osmo erobert die Sozialen Medien

Mit aussagekräftigen Profilen dem Endverbraucher ein Stück näher

Hannover, Januar 2014 – (fpr) Die Osmo Holz und Color GmbH & Co. KG schlägt neue Kommunikationswege ein und geht mit umfangreichen Social Media-Aktivitäten offensiv einen direkten Schritt auf die Endverbraucher zu. Gleichzeitig hat das Unternehmen seinen Webauftritt analog zum neuen Katalogkonzept und zur generellen Sortimentsumwälzung umgestellt und hinsichtlich seiner Übersichtlichkeit sowie Struktur optimiert.

Medialer Dialog im Internet

Seit kurzer Zeit sind die aussagekräftigen Profile von Osmo auf Facebook, Google+, Twitter, XING und LinkedIn zu finden. Die Präsenz in den Sozialen Medien richtet sich gezielt an die Endverbraucher: In Form von Tipps und Tricks zur Pflege, Anwendung und Verlegung der Produkte bietet Osmo seinen „Fans“ und „Followern“ einen praktischen Mehrwert. Regelmäßige Posts und Links in den sozialen Netzwerken sowie aktuelle Kurznachrichten im Mikroblog (Tweets) halten die Endkunden stets auf dem Laufenden. Neben dem Informationsaustausch soll die Präsenz auf den Online-Kommunikationsplattformen insbesondere dem offenen und direkten Dialog mit dem Endverbraucher dienen. Nicht nur kann das Unternehmen auf diese Art schneller auf Kundenwünsche, -fragen und -bedürfnisse reagieren, sondern auch frühzeitig Trends erkennen.



Die neue Homepage von Osmo zeigt sich nach dem Relaunch noch anwenderfreundlicher und übersichtlicher. Optisch orientiert sie sich an den gedruckten Katalogen, sodass ein hoher Wiedererkennungswert gewährleistet ist. (Foto: Osmo)



PRESSEINFORMATION



Osmo erobert die Sozialen Medien und zeigt seine ausdrucksstarke Präsenz unter anderem auf Facebook, Google+, Twitter und YouTube. (Foto: Osmo)

Homepage mit verbesserten Suchoptionen

Analog zum neuen Katalogkonzept in den Bereichen „Fußboden“, „Holzanstriche“ und „Garten“ hat auch die Internetseite von Osmo einen Relaunch erfahren: Die Einteilung der Produkte, ihre farbliche Kennzeichnung sowie verwendete Icons aus den gedruckten Broschüren finden sich jetzt auch online wieder. Damit sind eine schnelle Orientierung und ein hoher Wiedererkennungswert gewährleistet. Anwenderfreundliche Menü- und Navigationsleisten in den einzelnen Produktgruppen vereinfachen zudem die Informationsrecherche. Darüber hinaus wurde die

Produktsuche überarbeitet und optimiert. Ein weiteres Novum ist der „Holzfinder“: Hier kann gezielt nach Artikeln in der bevorzugten Holzart gesucht werden. Die Ergebnisliste zeigt am Ende ausschließlich die verfügbaren Produkte in der bestimmten Holzart an.

