

## X-Cite geht mit eismann in die zweite Runde

14.04.2008, 16:59 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *X-Cite GmbH*

Presseagentur: *X-Cite GmbH*

---

Nach dem erfolgreichen Pilotprojekt im Januar wird X-Cite im zweiten Flight für die eismann Tiefkühl-Heimservice GmbH Below the Line aktiv. Effektive Neukundengewinnung inmitten des alltäglichen Geschehens.

(Frankfurt, 10. April 2008) – Mit Debüt des neuen Jahres gelang es X-Cite, den namhaften Tiefkühlkost-Experten für „die andere Art“ der Kundenakquise zu gewinnen: Als bisher Callcenter gestützt und selbständig Door to Door arbeitendes Unternehmen begab sich eismann erstmalig in Agenturhand below the line. Getestet wurde das Marketing-Tool Personalpromotion als alternative Maßnahme der Neukundengewinnung. Nach dem immensen Erfolg des Pilotprojektes hat das Unternehmen entschieden, mit X-Cite eine zweite Runde der BTL-Agenturzusammenarbeit einzuläuten.

Als Spezialistin für Vkf-Promotions, Roadshows und Marketing Events überzeugte X-Cite durch fundierte Erfahrungswerte und individuelles Promotionkonzept. So werden auch von Ende April bis Ende Juni wieder für die Branche untypische Locations als ergänzende Alternative zu Telefon-Marketing und Kaltakquise an der Haustür angesteuert. In der Tiefkühlkost-freien Zone, beispielsweise in Möbelhäusern und Baumärkten oder auf Musterhaus-Ausstellungen, Stadtfesten und Wochenmärkten, soll die Marke aufmerksamkeitsstark kommuniziert werden. Basis für die Recherche der von X-Cite gebuchten Locations bildet die unter [www.promotionlocations.de](http://www.promotionlocations.de) eingeschränkt publizierte, agentureigene Aktionsflächendatenbank. Aus vergangenen und laufenden Promotionprojekten resultierende Erfahrungswerte sind hier neben den entsprechenden Regiodaten hinterlegt und Garant für einen zielgruppenaffinen Tourenplan.

Einladenden, optischen Rahmen des Promotionauftrittes bildet nebst gebrandetem Roll up-Display der ebenfalls von X-Cite designte und produzierte Werbepostcard. Die als Auslage für Informationsmaterialien dienende Theke fungiert gleichzeitig als Träger eines beleuchteten Aufsatzes – eines unübersehbaren Eye Catchers für die Aktion. Das Ensemble abrundend kommt ein dezent gestaltetes Gewinnspielrad zum Einsatz. Attraktive Gewinnprämien haben im wahrsten Sinne des Wortes ansprechenden Nebeneffekt. Potenzielle Verbraucher werden in dieser lockeren Atmosphäre von den durch X-Cite geschulten Promotern in den individuellen Dialog geführt, um Appetit auf Produktstärken und Serviceleistungen des Heimlieferanten zu bekommen.

Ziel des Kommunikationskonzeptes ist nicht die wahllose Ansammlung bloßer Kontaktdaten, sondern die qualitative Information und Werbung tatsächlich potenzieller Kunden. Zwar haben die Interessenten die Möglichkeit einer sofortigen Bestellung vor Ort, doch besteht hierzu kein Zugzwang. Um der Ärgernis über eine überstürzte Entscheidung vorzubeugen werden die Interessenten erst nach einigen Tagen auf Wunsch telefonisch kontaktiert – wenn sich das Gehörte und Gesehene gesetzt hat. Seriosität ist die Prämisse, unter der es gilt, neue Kontakte zu generieren und den Bekanntheitsgrad des Heimlieferanten zu erhöhen

### Portrait

Die X-Cite GmbH ist eine der führenden Agenturen für Live Kommunikation in Deutschland. X-Cite wurde 1998 gegründet und realisiert effiziente, verkaufs- und erlebnisorientierte Konzepte für Unternehmen und Werbeagenturen in den Bereichen POS-Promotion, Roadshow, Event und Visual Merchandising.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.x-cite.de](http://www.x-cite.de)

---

News-ID: 203541 • Views: 167 (Stand: 24.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/203541/X-Cite-geht-mit-eismann-in-die-zweite-Runde.html>