



ALUPROF, wiodący dystrybutor systemów aluminiowych dla budownictwa, prężnie działa zarówno w obrębie naszego kraju, jak i poza jego granicami. Za wysoką jakością produktów idą również szeroko zakrojone działania mające na celu promocję polskiej marki na świecie. Obok kampanii telewizyjnej w Polsce, firma rozpoczęła aktywne działania marketingowe na rynku niemieckim.

Marka ALUPROF, która może pochwalić się milionami metrów kwadratowych doświadczenia w tworzeniu z aluminium, zdecydowała się podjąć działania promocyjne na rynku niemieckim. Ich celem jest pozycjonowanie ALUPROF jako specjalisty w branży produktów aluminiowych, zwiększenie świadomości marki i rozpoznawalności polskiego przedsiębiorstwa wśród decydentów z branży budowlanej, architektów oraz potencjalnych partnerów biznesowych za zachodnią granicą Polski. – Ze względu na bliskość terytorialną i potencjał gospodarczy rynek niemiecki, chociaż wymagający, ma ogromne znaczenie zarówno dla ALUPROFU, jak i naszych partnerów handlowych. Dlatego teraz zdecydowaliśmy się rozpocząć tam również działania medialne promujące naszą firmę i jej produkty. Mamy nadzieję, że tym samym weprzemy naszych partnerów handlowych, którzy aktywnie działają na niemieckim rynku – tłumaczy Bożena Ryszka, Kierownik Działu Marketingu i PR.

Szeroko zakrojone działania obejmują przede wszystkim niemiecką prasę branżową, w tym takie tytuły jak: Bauelemente BAU, Glas+Rahmen, Die Fassade czy Glaswelt. Komunikacja skoncentrowana jest na mediach b2b ze szczególnym uwzględnieniem mediów skierowanych do inżynierów budowlanych i architektów. Zostały w niej uwzględnione również media typu Special Interest oraz biznesowe.

Aluprof [PRESS BOX](#)