

Sehen und gesehen werden

Immer wieder werde ich von Unternehmerinnen und Unternehmern angesprochen und um Tipps & Tricks gefragt, wie man auch mit kleinen Werbebudgets regelmässig bei der Zielgruppe präsent und einen Erfolg erzielen kann. Networking ist dafür geradezu prädestiniert, denn nirgends sonst kommen Sie im Business-to-Business (B2B) Bereich mit mehr Unternehmerinnen und Unternehmern in so kurzer Zeit in Kontakt.

An solchen Tischmessen darf man aber keinesfalls das eigene Ziel so hoch ansetzen, um dort auf Sofortumsatz und -gewinn zu hoffen. Dies ist fast nur bei ganz grossen Messen (Herbstmesse, Wohnen und Garten, Luga etc.) möglich. Beim Nachfassen der Messekontakte ergeben sich aber sehr oft viele Synergieeffekte und Duplikatoren, welche dann mittel- und langfristig zum Tragen kommen. Die Präsenz in den Medien und bei Tischmessen und somit bei Kunden und möglichen Partnern muss in einem völlig anderen Kontext gesehen werden: Sie als Unternehmerin oder Unternehmer, Ihre Produkte und Ihre Dienstleistungen müssen so präsent bei der Zielgruppe sein, dass man auf Sie zukommt, wenn der Kunde dafür Bedarf hat, was ja nicht immer sofort der Fall ist. Büromaterial wird z.B. vielfach Ende Jahr (Archivierungsboxen) und gleich Anfang Jahr eingekauft. Ferien werden in den ersten Monaten des Jahres gebucht und grössere Anschaffungen werden im 1. Quartal des Jahres getätigt, da ja das Budget meist erst Ende Jahr bewilligt wird oder zur Verfügung steht.

Wer aber immer wieder präsent ist, an den wird

auch gedacht, wenn man Bedarf für ein Produkt oder eine Dienstleistung hat. Wenn man sich nur ein klein wenig Zeit nimmt, so erreicht man mit Guerilla-Marketing im Internet und einem ganz kleinen Werbebudget bereits eine regelmässige Präsenz in den Medien und bei den meisten Zielgruppen. Wohl nirgends besser als im Bereich Marketing passt der Ausspruch «Steiner Tropfen höhlt den Stein». Wenn nur punktuell und unregelmässig Werbung gemacht wird, so hat dies einen sehr geringen Effekt und ist kaum qualifizierbar und bringt kaum Resonanz. Aber bereits mit einer kleinen Marketingplanung kann mit einem absoluten Minibudget eine regelmässige Präsenz und entsprechende Nachfragen erzielt werden.

Ein Beispiel (hier eine Werbeplanung für eine Kleinfirma aus der Zentralschweiz):

- Pressebericht in der Zeitung «Erfolg» mit Nennung der Firma in der Mai-Ausgabe, Auflage 10 000 Expl.
- 1/8 Seite Werbung in der Juni-Ausgabe von «Erfolg».
- Präsenz an den Tischmessen in Schwyz (24.5.) und Luzern (14.6.).
- PR-Bericht in den eNewslettern der Netzwerke Schwyz, Zug und Luzern.
- Präsenz auf den 3 Plattformen Zug, Luzern und Schwyz mit einem Rotationsbanner in den Monaten Mai, Juni und Juli.
- Kleininserat in der Mai-, Juni- und Juliausgabe von «Erfolg».

Der gesamte «Paketpreis» für diese 3 Monate und ca. 35 000 Kontaktviews beträgt Fr. 900.–, umgerechnet also 3 Rp. pro Kontakt oder anders gerechnet rund Fr. 3.– Werbekosten pro Tag.

Roland M. Rupp

In folgenden Kantonen stehen Ihnen KMU Netzwerkplattformen zur Verfügung, welche Sie für Ihre kostenlose Präsenz im Internet nutzen können.

-  **Aargau:**
www.netzwerk-ag.ch
-  **Appenzell:**
www.netzwerk-appenzell.ch
-  **Basel:**
www.netzwerk-basel.ch
-  **Bern:**
www.netzwerk-bern.ch
-  **Freiburg:**
www.netzwerk-freiburg.ch
-  **Glarus:**
www.netzwerk-glarus.ch
-  **Graubünden:**
www.netzwerk-gr.ch
-  **Luzern:**
www.netzwerk-luzern.ch
-  **Nidwalden:**
www.netzwerk-nidwalden.ch
-  **Obwalden:**
www.netzwerk-obwalden.ch
-  **Schaffhausen:**
www.netzwerk-schaffhausen.ch
-  **Schwyz:**
www.netzwerk-schwyz.ch
-  **Solothurn:**
www.netzwerk-solothurn.ch
-  **St. Gallen:**
www.netzwerk-stgallen.ch
-  **Thurgau:**
www.netzwerk-thurgau.ch
-  **Uri:**
www.netzwerk-uri.ch
-  **Wallis:**
www.netzwerk-wallis.ch
-  **Zürich:**
www.netzwerk-zuerich.ch
-  **Zug:**
www.netzwerk-zug.ch
- Liechtenstein:**
www.netzwerk-liechtenstein.li