

Näher bei der Zielgruppe - Wie auch Sie sich Marketing leisten können



Warum haben viele KMUs keinen Marketingplan und machen nicht regelmässige Werbung bei Ihrer Zielgruppe? Die Antwort ist ganz einfach! Sie haben niemanden, der Sie be-

treut und meist ein so kleines Werbebudget, dass Sie für eine Werbefirma uninteressant sind.

Wer ein Produkt oder eine Dienstleistung einer bestimmten Zielgruppe präsent machen möchte, für den ist Werbung bei der Zielgruppe fast unabdingbar. In vielen Fällen gehen hier KMUs oftmals einen sehr teuren Weg – Den Weg des DirectMarketings. Warum dies so ist, ist schnell aufgelöst: Viele Unternehmerinnen und Unternehmer haben keine Ansprechpartner in Werbeagenturen und sind auf sich selbst gestellt. Daher wird oft der einfachste Weg gewählt: Man sucht sich Adressen zusammen und schreibt diese direkt an. DirectMarketing ist eine gute Sache, wenn man bestehende Kunden informieren und diesen neue Produkte und Dienstleistungen präsentieren möchte. Zum Aufbau eines neuen Kundstammes ist dieser Weg aber sehr teuer. Hier empfiehlt es sich, über kombinierte und koordinierte Werbemassnahmen eine möglichst grosse Kontaktzahl zu erreichen. Das Stichwort dazu lautet: Wiederkehrende Präsenz bei der Zielgruppe. Genau so falsch wie DirectMarketing wäre es, wenn man das ganze Werbebudget für ein einziges Inserat ausgeben wür-

de. Der Streuverlust dabei wäre einfach zu gross.

Im Wissen um diesen Zustand gilt es, andere Möglichkeiten zu nutzen und KMUs bei der Werbung optimal zu unterstützen: Kombinierte und koordinierte Präsenz bei der Zielgruppe. Damit dies bei möglichst vielen KMUs erreicht werden kann, unabhängig vom Produkt oder deren Dienstleistung, wurden viele verschiedene Werbemöglichkeiten gesucht, welche alle zusammen kombiniert werden können, um so entsprechende Werbepackages zu einem bezahlbaren Preis, und somit auch für KMUs erschwinglich, zusammen zu stellen. Dadurch besteht auch für KMUs die Möglichkeit, Elemente der klassischen Werbung wie PR, Inserate & Fachartikel in Zeitungen und TV mit neuen Werbemöglichkeiten wie eNewsletter und Internet zu kombinieren. Aber auch andere Werbemöglichkeiten wie etwa die Werbung auf Tischsets in Restaurants, mit Gutscheinen oder mit Kombiwerbung an neugegründete Firmen stehen zur Auswahl. So bietet sich jedem KMU die Möglichkeit, „seinen“ eigenen Werbepan zusammen zu stellen und über lange Zeit bei seiner Zielgruppe präsent zu sein.

Ein typischer Werbepan für einen KMU könnte so ermöglichen, dass man bis zu 5 Monate präsent sein könnte, bis zu 40'000 Views erreicht und dies zu einem sagenhaften Preis.

Ein Beispiel für eine Firma, welche im Bereich Business-To-Business tätig ist und mehr Präsenz haben möchte:

Im ersten Monat wird ein Fachbericht in der Zeitung «Erfolg» publiziert. Auf einer ganzen Seite besteht die Möglichkeit, für das Produkt, die Dienstleistung oder die Firma entsprechend zu werben. Einen Monat später wird im selben Organ, quasi als Refresh, ein Inserat in der Grösse 1/8 publiziert. Im 3. Monat wird im Internet auf den 19 regionalen Plattformen der KMU Netzwerke ein PR Bericht publiziert. Dadurch werden erneut rund 10'000 Besucher erreicht. Im 4. und 5. Monat der Kampagne wird auf den Plattformen ein Werbebanner platziert und zusätzlich wird im eNewsletter an weitere rund 10'000 Firmen die Werbebotschaft weitergetragen. So können in dieser kleinen Kampagne rund 50000 Impressions (dies bedeutet Sichtungen der Werbebotschaft) erzielt werden – und dies für einen Preis von nur Fr. 660.–

Umgerechnet ergibt dies ein monatliches Budget von gerade mal Fr. 132.– und auf die Impressions umgerechnet Kontaktkosten von rund 1 Rappen.

Wer übrigens glaubt, dass Fernsehwerbung teuer sein muss, wird überrascht sein, wie günstig heute im modernen Medium IP-TV, also TV übers Internet, z.B. ein 1:1 Interview präsentiert und ausgestrahlt werden kann. Oder hätten Sie gedacht, dass solche TV-Talks bereits ab Fr. 600.– möglich sind - und dies inkl. Produktions- und Ausstrahlungskosten?

Wenn auch Sie noch ohne Werbeplan dastehen und mehr Präsenz bei Ihrer Zielgruppe haben möchten, so nutzen Sie die Möglichkeit und nehmen Sie mit uns Kontakt auf. Wir beraten Sie gerne!

Roland M. Rupp