

Vermeiden Sie 3 Werbestrategien, die mehr Geld kosten als sie bringen

Man kann nicht nicht kommunizieren. Deshalb hat jedes Unternehmen eine Werbestrategie. Auch das Ihre. Aber wie gut ist diese Strategie? Bringt sie etwas? Oder kostet Sie nur Geld?

In diesem PDF stelle ich Ihnen drei Strategien vor, die Sie unbedingt vermeiden sollten. Und ich wette, dass Sie sich in mindestens einer wiedererkennen ...

Werben wie Aschenputtel

- ❖ Hat ein tolles Produkt
- ❖ Vertraut darauf, dass es sich von alleine verkauft

Strategie: Sie haben ein gutes Produkt, einen guten Standort und/oder viele Stammkunden. Die Mund-zu-Mund-Propaganda funktioniert ziemlich gut. Vielleicht haben Sie in den vergangenen Jahren gemerkt, dass die Verkäufe etwas nachlassen. Aber Sie denken, das wird schon wieder.

Risiko: Das Internet und die Sozialen Medien (Facebook & Co.) verändern die Art, wie wir einkaufen. Die Aufmerksamkeit verschiebt sich langsam, aber stetig von der realen Welt in die virtuelle. Sind Sie dort genauso präsent wie Ihr Ladengeschäft im Ort?

Kurskorrektur: Achten Sie darauf, dass Ihre Website auf dem neuesten Stand der Technik ist und die Inhalte regelmässig verändert und aktualisiert werden. Setzen Sie die richtigen Schwerpunkte bei der Auswahl der Produkte, die dort gezeigt werden.



Werben wie der Pfau

- ❖ Betreibt einmalig grossen Aufwand
- ❖ Versäumt es, immer wieder neue Impulse zu geben

Strategie: Sie haben Geld in die Hand genommen und glanzvolle Werbemittel erstellt. Allerdings ist das schon ein paar Jahre her. Seither hat sich im Angebot einiges verändert. Deshalb passen Website und Flyer nicht mehr hundertprozentig zum Angebot. Aber sie sehen toll aus!

Risiko: Egal wie gut Ihre Leistung ist, und egal wie gut Ihr Angebot ist: Wenn beides nicht (mehr) zusammenpasst, sind neue Kunden erstmal enttäuscht. Denn sie erwarten aufgrund der Werbung etwas anderes als sie bekommen. Enttäuschte Kunden kommen kein zweites Mal.

Kurskorrektur: Ersetzen Sie Ihre Werbemittel durch neue. Es müssen nicht gleich alle sein. Fangen Sie mit den wichtigsten an. Investieren Sie aber zunächst in eine gute Strategie, damit am Ende alles einheitlich ist. Achten Sie auf ein zeitgemässes Layout und auf aktuelle Texte.

Werben wie die Wühlmaus

- ❖ Ist sehr aktiv, macht ständig neue Werbeaktionen
- ❖ Merkt nicht, dass die Kunden kaum etwas davon mitbekommen

Strategie: Sie machen Ihre Werbung selbst. Sie haben Mitarbeiter, die gerne schreiben, und Mitarbeiter, die gerne am Computer etwas layouten. Ihr Team hat viele Ideen und setzt sie tatkräftig um. Aber keiner weiss, wie Werbung funktioniert. Wussten Sie, dass Werbung ein Handwerk ist wie jedes andere auch?

Risiko: Bei einem Wasseranschluss, der falsch montiert wurde, merkt man den Fehler sofort. Bei schlecht gemachter Werbung dauert es oft länger. Mit fatalen Wirkungen für das

Unternehmen. Denn es braucht gute Werbung, um neue Käufer auf sich aufmerksam zu machen.

Kurskorrektur: Geben Sie Ihrem Herzen einen Schubs, und zeigen Sie Ihre Unterlagen mal einem Werbeprofi. Bitten Sie um kritisches Feedback, was Sie weiterführen und was Sie besser verändern sollten, damit Ihr Angebot gut sichtbar zur Geltung kommt.

Machen Sie besser Werbung, die wirkt!


Gute Arbeit verdient Erfolg. Auch wenn man kein Werbegenie ist. Ich verstehe gut, dass Sie sich als Patron nicht auch noch um die richtige Kommunikationsstrategie kümmern können.

Deshalb gibt es Leute wie mich, Fachleute für Kommunikation. Schreiben ist meine Leidenschaft, schon seit 30 Jahren. Und so profitieren Sie davon:

1. Kontakt aufnehmen
Informieren Sie sich **unverbindlich** über sinnvolle Massnahmen und Strategien
2. Kommunikation neu organisieren
Setzen Sie dank meinem **Kommunikationsplan** die richtigen Schwerpunkte und sorgen Sie für Nachhaltigkeit
3. Kunden empfangen
Geniessen Sie das **neue Interesse** an Ihrem Angebot und den wirtschaftlichen Erfolg

Ich freue mich, Sie kennenzulernen!

Ihre



E-Mail: ak@kirsch-kommunikation.ch