



Der Tipp des Monats Januar 2015

Autor: Klaus Steinseifer

Die Werbekonzeption und der Werbeplan

Steht Ihr Werbeplan für 2015 schon? Haben Sie sich die richtigen Fragen gestellt:

Für was wollen Sie werben?

Lohnt sich der Ertrag für diesen Leistungsbereich Ihres Unternehmens Werbung zu betreiben?

Wen wollen Sie als Kunden gewinnen?

Welche Zielgruppe ist für diesen Leistungsbereich ansprechbar?

Wo wollen Sie werben?

In welchem Gebiet lebt oder arbeitet die Zielgruppe für Ihre Werbeaktion?

Sind alle Adressen in Ihrer EDV richtig, fehlerfrei und normgerecht eingegeben?

sie die Adressen selektiert?

Der Steini®

ist urheberrechtlich geschützt
und unterliegt dem Copyright von Klaus Steinseifer.



Die Steinseifer-Seminare
Management im Handwerk.

Seite **1** von **3**

Beispiel einer Zielgruppenselektion

**Geben Sie die Adresse
gleich in der richtigen Kategorie in Ihrem PC ein.**

V = VIP-Kunde oder A-Kunde

X = kein VIP-Kunde oder A-Kunde

D = Unternehmensbereich Dach

G = Unternehmensbereich Gerüstbau

M = Unternehmensbereich Maler

S = Unternehmensbereich Sanierung

D = DRAN (ist bereits Kunde)

R = RAN (soll Kunde werden)

ARC = Architekten

BEH = Behörden

BAU = Bauunternehmen und Bauträger

BÜR = Büros oder gleichgestellte Einrichtungen (Anwälte, Banken, usw.)

GAS = Gaststätten, Restaurants und Hotels

IND = Industriebetriebe oder gleichgestellte Einrichtungen

KAU = Kaufhäuser

PRI = Private oder gleichgestellte Personen (kleine Einzelhändler, usw.)

WOH = Wohnungsgesellschaften und Immobilienmakler

KS = wird zur Zeit bearbeitet von Klaus Steinseifer

FM = wird zur Zeit bearbeitet von Franz Mustermann

IM = wird zur Zeit bearbeitet von Isolde Mustermann

RA = ruhende Adressen



Womit wollen Sie werben?

Welche Medien sind geeignet, um Ihre Zielgruppe zu erreichen?

Direktmailings mit Mailingverstärker und Broschüren, Streuartikel, Postkarten, E-Mail-Aktionen, Saisonwerbungen, VIP-Kunden-Werbung, Hausverteilung, Nachbarschaftswerbung, Internetseite, bezahlte Internetwerbung, Landingpage, Blog, Sozial Media, Fachveranstaltungen, Fachseminare, Messebeteiligungen, Pressemitteilungen, Anzeigen, Plakat, Radio, TV, usw.

Kosten

Wie hoch ist Ihr Werbebudget?

Erfolgskontrolle

Wie, auf welchen Wegen und mit welchen Mitteln ist eine Erfolgskontrolle möglich? Diese Statistik brauchen Sie für zukünftige Planungen.

Und denken Sie daran, auch ein Werbezielplan sollte nicht in Stein gemeißelt sein! Passen Sie Ihre Werbung immer den ganz aktuellen Bedürfnissen an, auch wenn dadurch ein Aktion wegfallen sollte oder das Werbebudget einmal überschritten werden muss.

Autor und Herausgeber



Klaus Steinseifer

Ausführliche Informationen über unsere Qualifizierungsarbeit in der modernen, zukunftsorientierten und nachhaltig erfolgreichen Unternehmensentwicklung und Unternehmensführung finden Sie unter www.steinseifer.com.

So erreichen Sie mich:

Telefon +49 (0)174 2493577

Mail klaus.steinseifer@steinseifer.com

Impressum

www.steinseifer.com/impressum

Der Steini®

ist urheberrechtlich geschützt
und unterliegt dem Copyright von Klaus Steinseifer.



Die Steinseifer-Seminare
Management im Handwerk.