

DM-Tipp

10 wirksame Werbekosten-Spartipps



Noch nie waren die Voraussetzungen so gut wie heute, mit wenig Budget viel Aufmerksamkeit zu erzeugen. Das Internet hat das Kommunikationsverhalten der Menschen verändert. Und Werbetreibenden eröffnet es neue Chancen: Einerseits ist die Online-Welt eine interessante Werbepattform, andererseits lässt sich das Internet nutzen, um Offline-Werbung günstiger zu produzieren. In der Fachzeitschrift «WerbePraxis aktuell» sind wir auf zehn Spartipps gestossen, die wir Ihnen leicht adaptiert vorstellen.

10 Werbekosten-Spartipps:

Tipp 1: Werbevideos zum Beinah-Nulltarif produzieren.

Herkömmliche Werbevideos sind für die meisten Zuschauer zunehmend unglaubwürdiger. Dies zeigen neue Untersuchungsmethoden in den USA. Stattdessen sind sachliche, glaubwürdige Informationen von Nutzern gefragt. Lassen Sie in Ihrer Werbung also Kunden zu Wort kommen. Dies muss nicht Unmengen kosten, denn das Mitmach-Web hat amateurhafte Videos salonfähig gemacht.

Tipp 2: Werbevideos kostenlos ausstrahlen.

Nutzen Sie YouTube (www.youtube.de) und andere Videoportale, um Ihre Werbung zu verbreiten. Beim Marktführer YouTube tummeln sich Monat für Monat 66 Millionen Nutzer aus aller Welt. Die Videoportale gehören heute zum Internet-Alltag wie Suchmaschinen und Onlineshops.

Tipp 3: Online-Wettbewerb statt Agenturpräsentationen.

Agenturpräsentationen kosten sehr viel Zeit und Geld. Wenn Sie beides sparen wollen, rufen Sie einen Online-Kreativwettbewerb aus. Für ein Preisgeld von 400 Euro erhielt ein deutscher Verlag auf diese Weise rund 100 Design-Vorschläge.

Tipp 4: Verwenden Sie erstklassige, aber günstige Werbebilder.

Nutzen Sie die kostenlosen oder preiswerten Bilddatenbanken zum Einkaufen von Werbefotos. Drei Beispiele: www.istockphoto.com, www.fotolia.de oder www.snapvillage.com, die Billig-Bildagentur von Bill Gates' Unternehmen Corbis. Eine weitere Möglichkeit ist, unter dem Web-2.0-Portal www.flickr.com mithilfe von Stichwörtern nach passenden Bildern zu suchen, die Fotografen zu kontaktieren und die Bildrechte individuell zu verhandeln. Oder Sie fordern Ihre Kunden auf, Bilder einzusenden und honorieren jedes verwendete Bild mit einem Einkaufsgutschein.

Tipp 5: Sparen Sie bei den Drucksachen.

Geben Sie Flyer, Visitenkarten, Blöcke, Briefbögen und viele andere Standardwerbemittel bei einem Online-Druckshop in Auftrag. Kartenmailings können Sie übrigens via [DirectFactory](http://www.post.ch/directfactory) (www.post.ch/directfactory) von der Schweizerischen Post online gestalten und ab 99 Rappen pro Exemplar inklusive Porto drucken und verschicken lassen.

Tipp 6: Betreiben Sie Verkaufsförderung zum Nulltarif.

Via das Empfehlungsmagazin und Stadtportal Qype (www.qype.de) finden Sie vielleicht schon bald neue Kunden. Denn das Portal, das mittlerweile über eine Million deutsche Nutzer hat, bietet Unternehmen an, gratis Gutscheine an Nutzer zu verteilen. So machen Sie Personen auf sich aufmerksam, die Sie sonst kaum erreicht hätten.

Tipp 7: Verkaufen Sie Ihre Werbung.

Refinanzieren Sie Ihre Werbemittel oder Ihre Website, indem Sie darin Werbeplätze an befreundete Unternehmen verkaufen. Zur Kasse bitten können Sie Lieferanten, Geschäftspartner und Unternehmen, die Ihr Angebot ergänzen oder den Kontakt zu Ihren Kunden suchen.

Tipp 8: Geben Sie keine Werbung, sondern Ziele in Auftrag.

Geben Sie Ihrer Agentur für einmal ein völlig neues Briefing. Statt der üblichen detaillierten Auftragsbeschreibung fordern Sie: «Generieren Sie mindestens 50 konkrete Angebotsnachfragen zu einem maximalen Preis von 150 Franken pro Anfrage.»

Tipp 9: Nutzen Sie Logo-Shops.

Logokreationen können Sie online schnell und preiswert einkaufen, so zum Beispiel bei Wilogo (<http://de.wilogo.com>). Wenn Sie ein Logo in Auftrag geben, erhalten Sie binnen 72 Stunden bis zu 63 Vorschläge von 40 verschiedenen Designern zum Gesamtpreis von 499 Euro zzgl. MwSt.

Tipp 10: Machen Sie Ihre Kunden zu Werbern.

Die alte Mund-zu-Mund-Propaganda erlebt dank dem Internet ein digitales Revival. Aber auch offline ist sie nach wie vor sehr wirksam. Fragen Sie Ihre Kunden zum Beispiel, ob sie Prospekte an ihre Freunde und Bekannten weiterverteilen möchten. Motivieren können Sie Ihre Kunden mit 5-Franken-Gutscheinen, welche diese entweder weiterverschenken oder selbst einlösen können.

Quelle: WerbePraxis aktuell, Ausgabe 11/2007

Die Schweizerische Post
PostMail
Direct Marketing
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.post.ch/directpoint