

## Werbeartikel mit System

Werbeartikel sind die dritte Dimension der Werbung, kein anderes Werbemittel vereint so viele unschlagbare Vorteile in sich: Der Werbeartikel ist erinnerungs- und wirkungsstark, er visualisiert was Ihr Erscheinungsbild kommunizierte, er ist persönlich, nützlich und kann ohne Streuverlust mit der richtigen Botschaft zur richtigen Zeit am richtigen Ort eingesetzt werden - was wollen Sie mehr?

### Die systematische Werbeartikel-Konzeption für Ihre Aktion!

Aus der Praxis für die Praxis: Praktische Tipps, wie Sie den Einsatz von Werbeartikeln professionell und konzeptionell planen. Am Anfang steht das detaillierte Briefing: Es gibt über die Rahmenbedingungen und Zielsetzungen der Aktion und Zielgruppen Aufschluss. Das präzise Anforderungsprofil sichert den Erfolg!

### Einfall statt Zufall: Die Checkliste für den Ernstfall:

■ Welches sind die Ziele Ihrer Aktion?

Z.Bsp: Umsatzsteigerung, Kundenbindung, Personalmotivation, Steigerung der Bekanntheit/Internetadresse, Herstellung oder Erneuerung von Kontakten, Auslösen bestimmter Reaktionen wie Responsverstärker für Einladungen oder Verkaufsförderung bei Produkte-Einführungen, usw.

**Warum?**

.....  
 .....

■ Welches und wie gross sind Ihre Zielgruppen?

Definition der Zielgruppen durch segmentieren und selektieren nach bestimmten Kriterien, wie: Geschlecht, Alter, Beruf Stellung, berufs-/ oder freizeitbezogene Interessen, Lifestyle usw.

**Wer?**

.....  
 .....

■ Welche Mittel wollen Sie in die Aktion investieren?

Budget nach Zielgruppe, Budget pro Run oder Frankenbetrag pro Kopf, Gesamtbudget in Relation des zu erwartenden Mehrumsatzes resp. Gewinnes usw. Durch einen kombinierten Einsatz des gleichen Werbeartikels oder den gleichzeitigen Bezug von verschiedenen Artikeln, kann die Auflage resp. das Einkaufsvolumen gesteigert, d.h. der Stückpreis resp. die Gesamtinvestition deutlich gesenkt werden.

**Wieviel?**

.....  
 .....

■ Wann werden die Werbeartikel gebraucht?

Bei einer frühzeitige Planung profitieren Sie gleich mehrfach, einerseits durch die Auswahl des richtigen Werbeartikels andererseits durch die günstige Herstellung eines unverwechselbares Produktes (Spezialanfertigung) sowie die günstigere Beschaffungsmöglichkeit mittels Seefracht.

**Wann?**

.....  
 .....

■ Welche Botschaft wollen Sie mit der Aktion vermitteln?

Ein guter Werbeartikel transportiert sofort Sympathie für die Marke und das Unternehmen. Er muss das CI (Corporate Identity), die Unternehmens- Philosophie, das CD (Corporate-Design), das visuelle Erscheinungsbild und das CC (Corporate Communication, also die Identität des Unternehmens gegen aussen und innen vermitteln.

**Botschaft?**

.....  
 .....

■ Wie gelangt der Werbeartikel zum Empfänger?

Per Brief/Paket oder durch Kurierdienste, persönliche Übergabe anlässlich des Kundenbesuches oder bei veranstaltungsbezogene Aktionen wie Events oder Messen. Im Rahmen einer Aktionärsversammlung, einer Pressekonferenz oder direkt am POS als Marken- resp. Imageverstärker.

**Übergabe?**

.....  
 .....

■ In welcher Form soll die Übergabe erfolgen?

Ein Thema das oft vernachlässigt wird, dabei kann die Wirkung des Werbeartikels durch die geeignete Präsentation sehr gesteigert werden, sei es durch die gediegene, aufwertende Verpackung oder durch das Erstellen von Konzepten für die persönliche Übergabe: Äusserer Rahmen und Anlass, verbale Botschaft, Wortwahl und Begründung, Gestik, Zeitpunkt, usw.

**Übergabeform?**

.....  
 .....

■ Welche messbaren Ergebnisse erwarten Sie?

Ein wichtiger Vorteil des Werbeartikels sind die messbaren Ergebnisse, und die Möglichkeit einer laufenden Optimierung Ihrer Aktionen, z.Bsp. Erzielen von Mehrumsatz (On/Inpack), steigern der Rücklaufquoten bei Mailings, Imageverstärker für Messen oder Events, Kontaktverstärker resp. Türöffner bei Kundenbesuchen. Als Prämie für Ihre Kunden oder als Dankeschön für Ihre Mitarbeiter.

**Ergebnis?**

.....  
 .....

■ Wie fügt sich die Aktion in Ihren Marketing-Mix?

Der Werbeartikel muss in den Marketing-Mix eingebunden sein und nicht nach dem Zufallsprinzip eigene und verschlungene Wege gehen. Konzeptionelle, frühzeitige Planung und begleitende Massnahmen erhöhen die Erfolgchancen enorm. Ein komplettes auf Ihr Erscheinungsbild/ Zielgruppe abgestimmtes Werbeartikel-Sortiment, das mittels einem Katalog und/oder einem Internet-Shop kommuniziert wird, ist die professionellste Lösung für den Einsatz Ihrer Werbeartikel!

**Marketing-massnahme?**

.....  
 .....

**Für jeden Anlass, jedes Zielpublikum und jede Werbeaussage kann der richtige Werbeartikel gefunden werden. Gefragt sind aber Kreativität und zündende Ideen.**

Es lohnt sich, auf das Beratungs- und Beschaffungsangebot von Werbeartikel-Profis zurückzugreifen. Senden Sie uns ein E-Mail oder rufen Sie an Tel. 031 388 07 77 wir beraten Sie gerne!