

Werbung schnell und günstig buchen



Top Angebote



Außenwerbung



Radio



Print



Online



Mobile



TV



Kino

3 Beispielkampagnen Mobile-Werbung

crossvertise ist bekannt aus

ONLINE
FOCUS

W&V
Werben & Verkaufen

n-tv

Wirtschafts
Woche

GRUNDERSZENE

Kontakter

internet
WORLD BUSINESS

HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

Örtliche Tankstellenkette bewirbt ihr Niedrigpreisversprechen

Herausforderung:

Eine örtliche Tankstellenkette hat ein Special ausgearbeitet welches ein Niedrigpreisversprechen beinhaltet. Dieses soll nun angepriesen werden.

Der Kunde möchte gern in einer App werben, in der sich Kunden über die nächste Tankstelle informieren können oder bei der man die Preise der umliegenden Tankstellen vergleichen kann.

Details:

- **Werbeaussage:** Bei uns tanken Sie jederzeit zu dem besten Preis.
- **Budget:** 3.500 €
- **Geographisch:** lokal
- **Zielgruppe:** 18 +
- **Thema:** General Interest (breite Zielgruppe)
- **Werbeimpuls:** kurzfristig
- **Komplexität:** leicht verständlich
- **Wertigkeit:** preiswert
- **Zeitlich:** 5 Wochen



Örtliche Tankstellenkette bewirbt ihr Niedrigpreisversprechen

Lösung:

- Banner-Werbung in einer Benzin-Preisvergleichs-App



Nutzen:

- Bei einer Werbung in der App ist das Banner auf dem kleinen Display **nicht zu übersehen**.
- Die Tankstellenkette erreicht die Kunden **unterwegs**, was besonders bei diesem Produkt ein großer Vorteil ist.
- Bei einer **themenverwandten App**, weiß man genau, dass man die richtigen Personen erreicht und diese an dem Thema interessiert sind.

Große Fitnesskette bessert ihr Image auf

Herausforderung:

Eine große Fitnesskette will ihren Kunden neben dem Trainingsangebot noch einen weiteren Service bieten. Dazu hat sie eine App programmieren lassen. Diese misst, wie lang der Kunde/die Kundin wöchentlich trainiert hat und erinnert, wenn der letzte Besuch im Fitnessstudio länger zurückliegt. Außerdem bietet die App Vorschläge für eine ausgewogene Ernährung, die sich nach den Trainingsgewohnheiten richtet. Zuletzt hat das Fitnessstudio wegen älterer Trainingsgeräte etwas an Image verloren.

Details:

- **Werbeaussage:** Wir tun mehr für sie und sind modern, frisch und innovativ. Das Fitnessstudio, das sie neben Trainingsmöglichkeiten bei Ihren Zielen weitergehend unterstützt und Ihnen damit einen Rund um-Service bietet. Es soll auf die neue Serviceleistung hingewiesen und das Image gestärkt werden.
- **Budget:** 12.000 €
- **Geographisch:** national
- **Zielgruppe:** 18 – 45 Jahre
- **Thema:** Special Interest (spitze Zielgruppe)
- **Werbeimpuls:** langfristig / Image
- **Komplexität:** leicht verständlich
- **Wertigkeit:** preiswert
- **Zeitlich:** 7 Wochen



Große Fitnesskette bessert ihr Image auf

Lösung:

- Mobile-Werbung auf mobilen Fitness-Seiten und in Social-Media-Apps
- Unterstützende Werbung auf Sport und Gesundheitsportalen im Internet sinnvoll



Nutzen:

- Da auf eine App hingewiesen wird, ist bei Mobile-Werbung die **Nähe zum Produkt** geschaffen.
- Durch das Schalten von In-App Werbung auf **Fitness-Seiten** für mobile Endgeräte kann das Studio **von deren Image profitieren**.
- Das Studio erreicht eine hohe **Kontaktintensität** durch **Interaktivität**.
- Kunden können im **direkten Umfeld der Sportstudios** erreicht werden, so dass sie sich vor Ort **weitergehend informieren** können.

Imagekampagne und Neukundengewinnung einer Hotelkette

Herausforderung:

Eine Hotelkette will den hohen Standard ihrer Zimmer und des Service bewerben. Im Rahmen von imageverbessernden Maßnahmen und zur Erweiterung des Kundenkreises soll Mobile-Werbung unterstützend eingesetzt werden. Das Ziel sind steigende Buchungszahlen und eine höhere Markenwiedererkennung

Details:

- **Werbeaussage:** In unseren Hotels kriegen Sie einen exzellenten Service und schöne Zimmer für das beste Preis-/Leistungsverhältnis
- **Budget:** 40.000
- **Geographisch:** national
- **Zielgruppe:** Reisende
- **Thema:** General Interest
- **Werbeimpuls:** mittel- bis langfristig
- **Komplexität:** mäßig
- **Wertigkeit:** hoch
- **Zeitlich:** 3 Monate



Imagekampagne und Neukundengewinnung einer Hotelkette

Lösung:

- Interaktive Mobile-Interstitial Ad mit Anpassung an die Reisebuchungs-App
- Unterstützend zu einer Online-Kampagne in Reiseportalen



Nutzen:

- Viel Interaktion sichert die **volle Aufmerksamkeit** des Nutzers
- Eine kreative Einbindung der **Interstitial Ad** in die App sorgt für eine **positive Aufnahme** der Werbung und **einer besseren Markenwiedererkennung**.
- Durch die Nähe der App zum Produkt können die **gewünschte Zielgruppe** und **hohe Buchungsraten** ermöglicht werden
- Mit Hilfe der **verschiedenen Kontaktpunkte** und **der Einzigartigkeit** bleibt die Werbung im Gedächtnis.