

Werbung schnell und günstig buchen



Top Angebote



Außenwerbung



Radio



Print



Online



Mobile



TV



Kino

3 Beispielkampagnen Online-Werbung

crossvertise ist bekannt aus



Hilfsorganisation - Blutspende-Zentrum

Herausforderung:

Eine Hilfsorganisation hat eine Website für ein regionales Blutspende-Zentrum eingerichtet.

Diese soll vor allem auf Facebook und anderen Social Media - Channels ausgestrahlt werden um die jüngere Generation anzusprechen, damit diese Spenden gehen und sich evtl. als Knochenmarkspender registrieren lassen. Durch einen kleinen Entschädigungsaufwand könnte das vor allem auch Studenten ansprechen.

Details:

- **Werbeaussage:** Tut gutes und rettet Leben. Da immer weniger Menschen von sich aus spenden gehen, will die Organisation die örtliche Nähe aufzeigen, die Mitmenschen animieren und an das gute Gefühl beim „Gutes tun“ erinnern.
- **Budget:** 2.500 €
- **Geographisch:** lokal
- **Zielgruppe:** 18 – 29 Jahre
- **Thema:** General Interest (breite Zielgruppe)
- **Werbeimpuls:** kurzfristig
- **Komplexität:** leicht verständlich
- **Zeitlich:** 4-6 Wochen



Hilfsorganisation - Blutspende-Zentrum

Lösung:

- Bild/Text-Anzeige in sozialen Netzwerken
- Abrechnungsbasis ist CPM, also je Tausend Werbekontakte (Views)



Nutzen:

- Die Hilfsorganisation erreicht die Personen in einem Medium, welches ein **ständiger Begleiter** ist.
- Der **TKP** ist sehr **günstig**.
- Durch verschiedene **Arten der Abrechnungsbasis** (z.B. nach reinen Sichtkontakten oder nach Klicks/aktiver Interaktion), kann es perfekt auf die Kampagnenziele abgestimmt werden.
- Online-Werbung ist ein Werbeträger, der **nicht** an einen **Standort gebunden** ist, sondern erreicht die Menschen z.B. auch **unterwegs oder mit Freunden**.
- Bei Seiten wie Facebook kann man neben geographischen Aspekten auch eine weitere **Selektion der Interessen** vornehmen und damit die **Zielgruppe** spezifisch **definieren**.
- Online-Werbung erzeugt einen **unmittelbaren Handlungsimpuls**.

Bewerben eines Online Shops für Fantasy-Figuren

Herausforderung:

Ein Shop für Fantasy-Figuren vertreibt über seinen Online-Shop die Modelle zum selbst bemalen. Neben diesen sind natürlich auch Ergänzungsprodukte wie Farbe und feine Pinsel erhältlich.

Sie haben neben der eigenen Website auch weitere Verkaufskanäle geschaffen, wie z.B. auf Amazon.

Nun soll der Verkauf hauptsächlich über die eigene Website laufen.

Details:

- **Werbeaussage:** Eine große Auswahl an gelagerten Figuren stellt einen schnellen Versand sicher. Die Ware ist von guter Qualität und der Fantasy-Fan bekommt alles, was er zu dem Vergnügen braucht, aus einer Hand.
- **Budget:** 5.500 €
- **Geographisch:** Überregional in verschiedenen großen Städten
- **Zielgruppe:** 18 -29 Jahre
- **Thema:** Special Interest (spitze Zielgruppe)
- **Werbeimpuls:** mittelfristig
- **Komplexität:** durchschnittlich
- **Wertigkeit:** mittelklassig
- **Zeitlich:** 4-6 Wochen



Bewerben eines Online Shops für Fantasy-Figuren

Lösung:

- Online-Banner-Werbung auf Fantasy-Spiele-Seiten
- Abrechnungsbasis ist CPC, also je Klick



Nutzen:

- Der Shop erreicht hier die Personen direkt dort, wo sie ihr **Hobby ausleben**.
- Die Zielgruppe wird **ohne Streuverluste** angesprochen.
- Es sind **keine aufwendigeren Produktionen** des Werbemittels nötig.
- Die Kampagne kann mit **kurzer Vorlaufzeit** starten.
- **Gutes Tracking:** Sollte die Anzeige keinen Zuspruch finden, kann das Werbemedium einfach noch einmal **ausgetauscht werden**.
- Ein **Geofocus** (geografische Eingrenzung) ist bei vielen Anbietern möglich.

Markteintritt eines Online Möbelgeschäfts

Herausforderung:

Ein Online Möbelgeschäft kauft hochwertige Produkte in der ganzen Welt ein und hat neben dem allgemeinen Shop auch Aktionen mit bekannten Herstellern, wo die Produkte zu einem günstigen Preis angeboten werden. Die Firma ist erst seit Kurzem auf dem Markt und möchte nun noch einmal mit einer großen Online Kampagne auf sich aufmerksam machen. Es geht auch darum, potentiellen Investoren aufzuzeigen, dass das Geschäftsmodell funktioniert.

Details:

- **Werbeaussage:** Exklusive Produkte können einfach, sicher und schnell über das Internet bestellt werden. Durch die Kooperationen mit bekannten Herstellern haben die Kunden einen USP. Der Versand ist geregelt. Qualitativ, exklusiv & unkompliziert.
- **Budget:** 10.000 €
- **Geographisch:** National
- **Zielgruppe:** Frauen, 18 – 49 Jahre
- **Thema:** General Interest (breite Zielgruppe)
- **Werbeimpuls:** kurz/Abverkauf
- **Komplexität:** leicht verständlich
- **Wertigkeit:** mittelklassig
- **Zeitlich:** mind. 4 Wochen



Markteintritt eines Online Möbelgeschäfts

Lösung:

- Animierte Banner-Werbung in einem Frauen-Channel (darunter fallen unter anderem die Online-Auftritte der Top-10 Frauenmagazine sowie die Online-Auftritte von TV-Sendern mit weiblicher Zielgruppe)
- Abrechnungsbasis ist CPC, also je Klick



Nutzen:

- Bei bekannten Printmagazinen, wäre eine Anzeige zu teuer. Online ist es aber gut möglich, hier für das Budget eine Werbung zu schalten und dabei **kostengünstig** von dem **Ruf und der Reichweite der Zeitschrift** zu profitieren.
- Der Anbieter kann gut **aussteuern, woher die Kunden bzw. Klicks kommen**, um dort die Werbeintensität zu erhöhen.
- Die **Analyse aus Anzeigen** ist wichtig, um Investoren aufzeigen zu können, dass das Produkt die Kunden anspricht und **Fakten zu liefern**.
- **Online-Werbung schafft Reichweite**. Auch wenn nicht jede potentielle Kundin sofort klickt, hat sie den Möbel-Shop wahrgenommen und wird vielleicht zu einem späteren Zeitpunkt aktiv danach suchen. Der Shop sollte also alle Besucherquellen im Blick behalten
- Durch Online Werbung schafft man **Nähe zum Produkt**. Vor allem durch Animationen oder Video Ads bekommt der potentielle Kunde einen noch besseren Eindruck.