

Werbung schnell und günstig buchen



Top Angebote



Außenwerbung



Radio



Print



Online



Mobile



TV



Kino

3 Beispielkampagnen
zu Radio-Werbung

crossvertise ist bekannt aus



Bewerbung eines neueröffneten Fitness-Studios

Herausforderung:

Neuartiges Studio mit Schwerpunkt Rückengesundheit, in der Stadt existieren bereits seit einigen Jahren weitere Fitness-Studios. Das Studio verfügt über Profi-Trainingsgeräte, eine physiotherapeutische Praxis befindet sich im Haus.

Details:

- **Werbeaussage:** Günstige Einstiegspreise zur Eröffnung, Einweihungsparty mit Vorstellung der Trainer, Therapeuten und Kurse
- **Zielgruppe:** alle Altersklassen 18+
- **Werbeimpuls** ist kurzfristig
- **Budget:** 10.000 EUR
- **Geografische Verteilung:** regional
- **Zeitliche Verteilung:** zwei Wochen vor der Eröffnung



Bewerbung eines neueröffneten Fitness-Studios

Lösung:

- „Wettersponsoring im Regionalradio
- **Außerdem Radiogewinnspiel:** 5 mal Drei-Monats-Verträge



Nutzen:

- **Schneller Reichweitenaufbau und Mehrfachkontakte**, da Zielgruppe täglich erreicht wird
- **Starke Erinnerungswerte** durch Radio
- **Imagetransfer** des Senders

Image und Rekrutierung v. Fachkräften / regional

Herausforderung:

Regionaler Automobilzulieferer, Automobilstandort, auf der Suche nach Fachkräften, möchte Image als tolle Arbeitgebermarke aufbauen

Details:

- **Werbeaussage:** innovative Firma, Aufstiegsmöglichkeiten, gute Zukunftsaussichten, tolles Betriebsklima
- **Zielgruppe:** Ingenieure (Absolventen und Professionals)
- **Werbeimpuls** ist mittelfristig, da es um Imageaufbau geht
- **Budget:** 25.000 EUR
- **Budget:** 25.000 EUR
- **Geografische Verteilung:** regional
- **Zeitliche Verteilung:** Frühjahr/Sommer, 3 Monate



Image und Rekrutierung v. Fachkräften / regional

Lösung:

- **Regionale Radiokampagne**, in der Drive-Time, um Studenten/Arbeitnehmer zu erreichen, Selektion des Senders nach Hörerschaft
- **Flankierende Online-Kampagne in technischen Umfeldern**, regional angesteuert



Nutzen:

- **Starke Erinnerungswerte** durch Radio
- **Mehrfachkontakte**, da Zielgruppe täglich erreicht wird
- **Imagetransfer** des Senders
- **Wenig Streuverluste**, da gezielt auf Mediennutzung der Zielgruppe geachtet wird

Bewerbung eines Tourismusgebiets durch Verband, überregional

Herausforderung:

Alpines Touristengebiet möchte seine Ski-Arenen vermarkten. Es existieren viele Wettbewerber mit der gleichen Zielgruppe.

Details:

- **Werbeaussage:** Schneegarantie, hunderte Pistenkilometer, kurze Anfahrt, tolle Wellnessangebote
- **Zielgruppe:** Skifahrer, 18+
- **Werbeimpuls** ist mittelfristig, die gesamte Saison über
- **Budget:** 300.000 EUR
- **Geografische Verteilung:** Süddeutschland, überregional
- **Zeitliche Verteilung:** Herbst/Winter, 5 Monate



Bewerbung eines Tourismusgebiets durch Verband, überregional

Lösung:

- **Überregionale Radiokampagne, 3 Spots/Tag Mo – Fr** in der Drive-Time, um mobile Menschen zu erreichen, Selektion des Senders nach Reichweite
- **Flankierende Online-Kampagne, regional** ausgesteuert



Nutzen:

- **Starke Erinnerungswerte** durch Radio
- **Mehrfachkontakte**, da Zielgruppe täglich erreicht wird
- **Imagetransfer** des Senders
- **Wenig Streuverluste**, da gezielt auf Mediennutzung der Zielgruppe geachtet wird

