

# Checkliste Werbemassnahmen

Hier findest du verschiedene Werbemassnahmen die du ggf. bei deiner Planung berücksichtigen solltest



## Online-Präsenz:

- Professionelle Website mit klarer Navigationsstruktur und relevanten Inhalten.
- Mobile Optimierung für eine gute Nutzererfahrung auf allen Geräten.
- Erstellen von Blogbeiträgen, um in Suchmaschinen besser gefunden zu werden.
- Integration von Kontaktformularen oder Click-to-Call-Funktionen.

## Social Media:

- Auswahl der relevanten Plattformen basierend auf der Zielgruppe (z.B. Facebook, Instagram, LinkedIn).
- Regelmässige Interaktion und Veröffentlichung von ansprechenden Inhalten.
- Nutzung von bezahlten Werbeanzeigen, um die Reichweite zu erhöhen.
- Einbindung von Kundenbewertungen und -feedback.
- Social Selling Campaigns (z.B. LinkedIn Akquise)

## E-Mail-Marketing:

- Aufbau einer E-Mail-Liste durch Website-Anmeldeformulare oder Kundenregistrierung.
- Regelmässiger Versand von personalisierten Newslettern oder Sonderangeboten.
- Segmentierung der E-Mail-Liste basierend auf Kundenverhalten oder Interessen.
- Automatisierung von Follow-up-E-Mails für Kundenbindung.

## Content-Marketing:

- Erstellung von relevanten Blogbeiträgen, How-to-Anleitungen oder branchenspezifischen Ressourcen.
- Veröffentlichung von Videos, Tutorials oder Kundenfallstudien auf Plattformen wie YouTube oder Vimeo.
- Teilnahme an Gastbeiträgen auf branchenrelevanten Websites oder Blogs.
- Erstellung von Infografiken oder anderen visuellen Inhalten für Social-Media-Plattformen.

## Lokale Werbung:

- Nutzung von Google My Business für lokale Sichtbarkeit und Bewertungen.
- Platzierung von Anzeigen in lokalen Zeitungen oder Magazinen.
- Aufschriften auf Firmenfahrzeugen für eine mobile Werbung.
- Aufschriften am Firmengebäude
- Teilnahme an lokalen Veranstaltungen oder Sponsorings von Gemeindeaktivitäten.

## Empfehlungen:

- Aktive Förderung von Kundenbewertungen und Empfehlungen.
- Einrichtung eines Empfehlungsprogramms für bestehende Kunden.
- Pflege von Partnerschaften mit lokalen Unternehmen für gegenseitige Empfehlungen.

## Events und Promotionen:

- Organisation von Sonderveranstaltungen oder Aktionstagen im Geschäft.
- Durchführung von Verlosungen oder Gewinnspielen über Social Media.
- Teilnahme an Branchenmessen oder lokalen Ausstellungen.

## Online-Werbung:

- Gezielte Werbung über Google Ads oder Social-Media-Plattformen.



- Retargeting-Kampagnen für Besucher der Website.
- Nutzung von Affiliate-Marketing für zusätzliche Reichweite.

### **Public Relations (PR):**

- Veröffentlichung von Pressemitteilungen zu neuen Produkten, Veranstaltungen oder Erfolgen.
- Aufbau von Beziehungen zu lokalen Medienvertretern für redaktionelle Berichterstattung.
- Partnerschaften mit Influencern oder Branchenexperten für die Förderung von Produkten oder Dienstleistungen.

### **Teilnahme an lokalen Veranstaltungen:**

- Stand auf lokalen Messen oder Veranstaltungen, um Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren und potenzielle Kunden zu erreichen.
- Teilnahme an Networking-Veranstaltungen oder Branchentreffen, um neue Geschäftsmöglichkeiten zu erkunden und Beziehungen aufzubauen.

### **In-Store-Promotionen:**

- Durchführung von Sonderaktionen, Rabatten oder Produktproben im Geschäft, um Kunden anzulocken.
- Platzierung von Werbeplakaten, Broschüren oder Displays im Geschäft, um auf Sonderangebote oder neue Produkte aufmerksam zu machen.

### **Kaltakquisekampagnen:**

- Postsendungen (Briefe, Postkarten, Flyer) mit Handlungsaufforderung oder Aneboten
- Telefonakquise (Cold-Calling)
- Kontaktformular Campaigns (Bei der B2B Akquise häufig verwendet)
- Kundenbesuche (Im B2B z.B. durch Handelsvertreter)

### **Sonstiges:**

- Guerilla Marketing Campaigns
- Netzwerkaufbau (Veranstaltungen, Anlässe, Vereine etc.)
- Partnerschaften mit Zielgruppenbesitzpartnern
- Aussenwerbung (Billboards, Display, Öffentliche Werbeflächen, Plakatwerbung etc.)
- Sponsoring (Regionale Vereine, Events etc.)
- Eventmarketing