



modus: informierend

Vermeiden Sie es, alle Werbeaktivitäten einzufrieren
oder auf Null runter zu fahren!

In 4 Schritten zum erfolgreichen Krisenmarketing

1. Werbebudget planen

Reduzieren Sie Ihre Ausgaben auf ein Minimum!

Auch bei Kostenreduzierungen ist ein taktisches Marketing möglich. Nutzen Sie verstärkt die sozialen Medien, um mit Ihrer Zielgruppe zu kommunizieren. Facebook & Co. sind mächtige und kostengünstige Marketing-Instrumente mit einer hohen Erfolgsquote.

2. Anpassung an Situation

Hinterfragungen zur Attraktivität Ihres Angebotes:

- passt das jetzige Produkt, das Angebot oder die Botschaft zur aktuellen Situation?
- welchen Stellenwert hat Ihr Angebot während der Krise, ist es denn überhaupt relevant?
- wie kann ich meine Produkte oder Dienstleistungen an den jetzigen Bedarf anpassen?
- würde die Entwicklung von neuen Angeboten oder eine Sortimentserweiterung hilfreich für die Kunden sein?

3. Zielgruppendefinition

Wer sind meine Kunden und wie sind ihre Bedürfnisse? Liegt bereits eine genaue Zielgruppendefinition vor? Dann ist das die grundlegende Ausgangsposition für Werbung, die bei Ihren Wunschkunden ankommt.

In der Krisenzeit ändern sich die Prioritäten und Bedürfnisse, sodass sich die Nachfrage an Ihrem Sortiment auch komplett verändern kann. Daher sollten Sie überdenken, welche Botschaft Ihre Werbung nun transportieren soll und wie Sie als Unternehmer bei Ihrer Zielgruppe wahrgenommen werden wollen.

4. Marketingversprechen halten

Der letzte und auch ein sehr wichtiger Punkt ist, dass Sie bei all Ihrer Planung auch nicht Prozesse aus den Augen verlieren, die für die Umsetzung Ihres Werbeversprechens notwendig sind. Achten Sie auf ausreichend personelle wie auch finanzielle Ressourcen, klären Sie externe Lieferketten im Vorfeld ab, um die angebotenen Leistungen auch liefern oder bereitstellen zu können.

Bei Fragen zu Unterstützung Ihrer Kommunikation nehmen Sie gerne Kontakt zu uns auf!