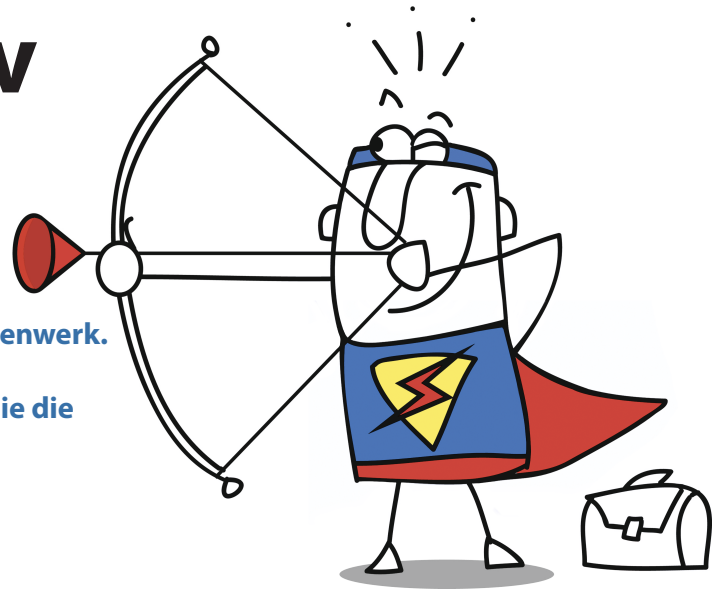


Werbung effektiv vorbereiten

Die Budgetplanung für Werbemaßnahmen ist kein Hexenwerk. Wir haben ein paar grundsätzliche Informationen dazu zusammengestellt, zudem finden Sie eine Checkliste, die die wichtigsten Einzelmaßnahmen aufführt.



Wichtige Gedanken vorab

- Budgetplanung für das kommende Jahr im Herbst beginnen.
- Immer „Bottom-up“ planen.
- Realistisch planen – Phantasie-Budgets werden nicht umgesetzt!
- Lieber gar keine Werbung als schlechte oder punktuelle, die nichts bringt.
- Kampagnen immer langfristig planen und durchhalten – Werbung wirkt kurzfristig kaum oder gar nicht.
- Werbung mit austauschbaren Produkten – also Werbung über den Preis – ist keine Positionierung.

- Konzertierte, aufeinander abgestimmte Aktionen wirken besser und länger.
- Eine Apotheke sollte eine klare Positionierung haben.
- IMMER den Werbeerfolg überprüfen! Zahlen analysieren, z. B.: Steigt der Umsatz pro Kunde nach Anlaufen der Kampagne? oder: Steigen die Zugriffszahlen der Homepage nach Update?
- Fehler erkennen und beseitigen – Maßnahmen, die erfolglos waren zu wiederholen, „weil das schon immer so war“, bringt keinen Nutzen, sondern nur Kosten.

Werbemaßnahmen Schritt für Schritt planen

Vorbereitung:

- Termin für die Jahresplanung festlegen.
- Liste der Schulferien, Feiertage und lokalen Festivitäten/ Ereignisse vorbereiten.
- Liste bisheriger Aktionen zusammen mit einer Auswertung vorbereiten (falls vorhanden).

Eigentliche Planung:

- Themen und Ideen für Aktionen gemeinsam im Team/mit Kunden sammeln.
- Welche Zielgruppen sollen erreicht werden?
- Welche Maßnahmen (Plakate, Radio, Zeitungsanzeigen, Flyer, Aktionstage, Schaufenster etc.) soll es geben?
- Gibt es eine Markenbotschaft über alle Maßnahmen hinweg?
- Welches Budget soll jeweils verwendet werden? Puffer von zehn Prozent einplanen.
- Reicht das Geld? Welche Maßnahmen sind in jedem Fall wichtig und mit wenig Aufwand umsetzbar? Gibt es Alternativen?

- Liste der Maßnahmen übers Jahr verteilt erstellen. Festlegen: Wer kümmert sich im Team um welche Maßnahme?
- Jeweils einen Zeitplan erstellen.
- Lassen sich lokale Partner einbinden? Welche Industriepartner könnten im Hinblick auf Werbekostenzuschüsse interessant sein?
- Die Werbeagentur über geplante Aktionen und Budget informieren. Wie kann sie unterstützen?
- Test durchführen für neue Flyer oder Anzeigen bei relevanten Kunden. Achtung: Der Fisch muss dem Wurm schmecken, nicht dem Angler!

Kontrolle:

- Excel-Liste zur Auswertung vorbereiten.
- Fragen an die Kunden vorbereiten.
- Team in die Befragung einbinden und motivieren.
- Stift und Block am HV-Tisch vorbereiten.
- Wöchentliche und monatliche Auswertung erstellen, im Team besprechen.