



Der richtige Medienmix

In diesem Artikel möchten wir euch dabei helfen, für euer Unternehmen den richtigen Medienmix zu finden, um effektives Marketing zu betreiben. Was es dabei zu beachten gibt und wie die verschiedenen Medien auf eure Kund:innen wirken, erklären wir euch jetzt.

Einige von euch kennen wahrscheinlich die alte Regel: „Eine Anzeige muss sechs Mal im Heft sein, damit sie wirklich gesehen wird“ – aber gilt diese alte Marketing-Weisheit auch für digitale Medien? Sicher ist jedenfalls, dass nach wie vor Kontinuität der Schlüssel zum Erfolg ist – einmalige Aktionen bleiben kaum in den Köpfen der Zielpersonen.

Print ist tot?

Durch die exakte Berechnung und Analyse von Klickzahlen scheint es, als wäre das Internet den herkömmlichen Printmedien weit überlegen. Werbeträger bekommen klare Zahlen geliefert und haben somit keinen Grund zur Skepsis. Doch ist jeder Klick ein Erfolg? Die Zahlen sagen leider nichts darüber aus, in welcher Stimmung die Menschen waren, als sie auf die Anzeige geklickt haben. Waren sie nervös, auf der Suche nach etwas anderem oder haben sie sich ganz klassisch „verdrückt“? Studien belegen, dass Menschen beim Radiohören und beim Zeitunglesen deutlich entspannter sind als beim Surfen im Internet. Der Schluss, der sich daraus ziehen lässt, ist eigentlich ganz klar: Anstatt den Zielpersonen einfach nur plumpe, nervige Werbeanzeigen auf den Bildschirm zu werfen, soll eine Geschichte erzählt werden. Um dieses „Storytelling“ erfolgreich zu gestalten, ist es von zentraler Bedeutung, seine Zielgruppe zu kennen und die Geschichte an diese anzupassen. Doch auch wenn Online-Marketing heute bestens funktioniert, gibt es an einem gut ausbalancierten Medienmix kein Vorbeikommen. Nur wenn die Zielgruppe ihrem Content auf verschiedensten Kanälen begegnet, nimmt sie ihn wirklich wahr.

Social Media und die eigene Website

Von zentraler Bedeutung sind heutzutage natürlich auch die stetig wachsenden sozialen Netzwerke. Nicht ohne Grund ist der Begriff „Influencer:in“ mittlerweile vor allem bei jungen Menschen zu einem beliebten Beruf geworden. Social Media haben ein enormes Reichweitenpotenzial und Unternehmen wissen dieses zu nutzen. Doch auch die eigene Website und Werbekampagnen, welche von dieser ausgehen, sind nach wie vor enorm wichtig. Dabei ist vor allem wichtig, dass diese stets auf dem aktuellen Stand der Dinge ist und regelmäßig Neuheiten bietet. Durch Newsletter und gezielte Pressearbeit lässt sich die eigene Zielgruppe präzise adressieren – so können nicht nur neue Kund:innen gewonnen, sondern auch bestehende behalten werden.