

Werbeplanung FS 2015

Agenda

1. Konsumentenverhalten
2. Micro- und Regiomarketing
3. Positionierung
4. Aktionsideen
5. Kommunikation
 - Facebook
 - Newsletter
 - Website
 - Google
 - POS



Konsumentenverhalten

Früher war alles Besser.

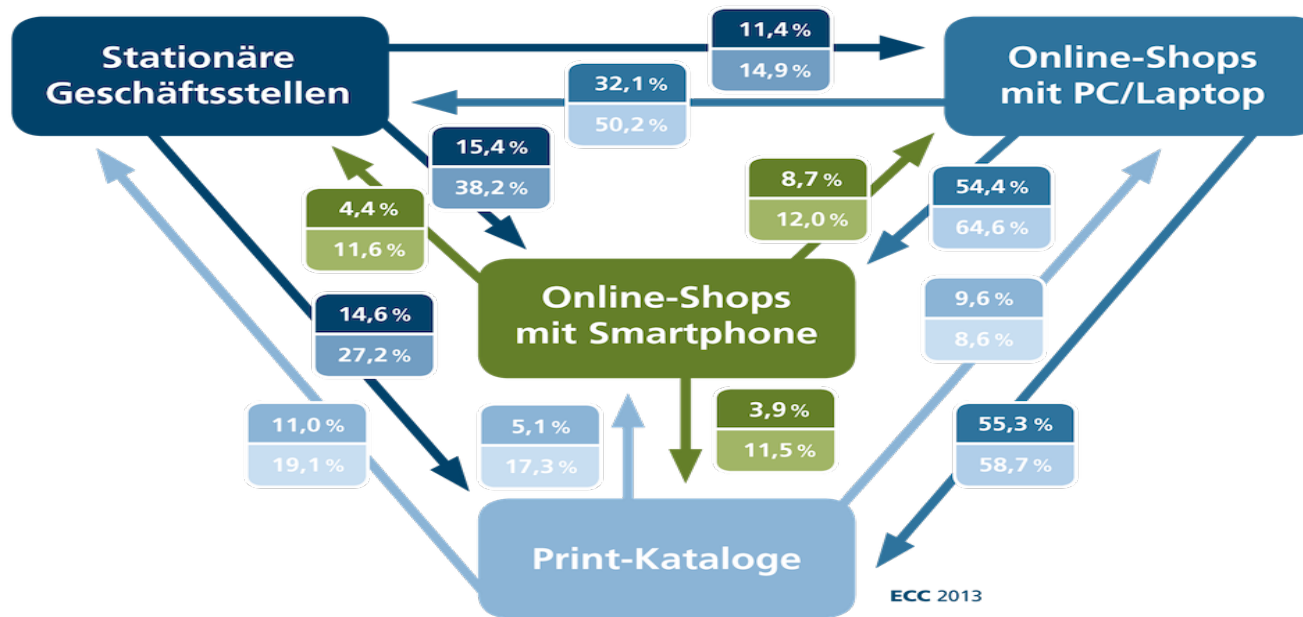
**Die Gegenwart ist sociomobil
1 Milliarde Smartphones in nur 7 Jahren**



2,5 Millionen mehr als Zahnbürsten



Online ist der neue Showroom
 Zwischen den Vertriebskanälen bestehen intensive Wechselwirkungen



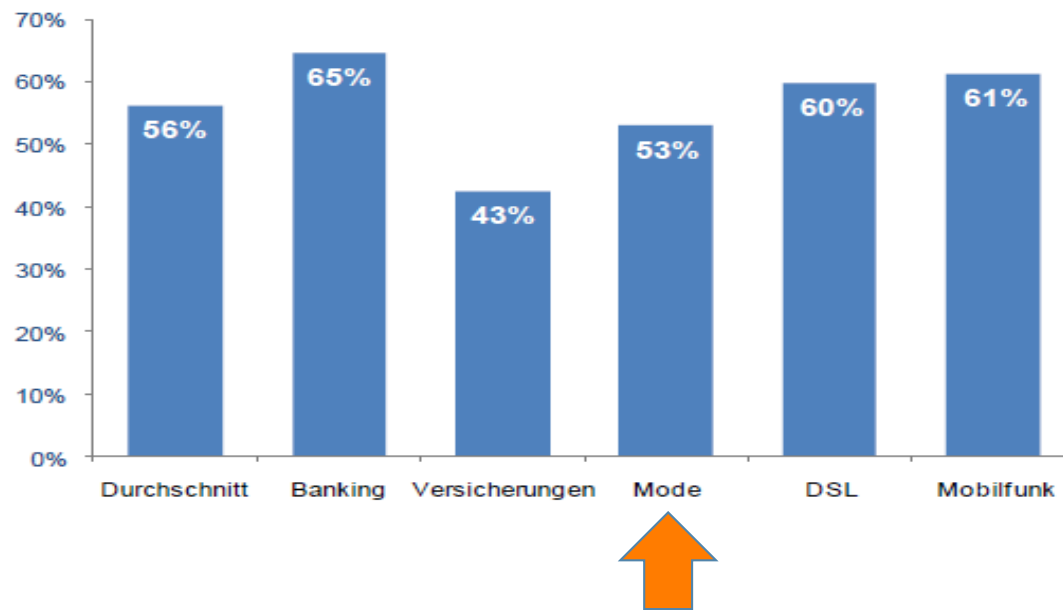
ROPO heißt ist der „neue“ Kunde



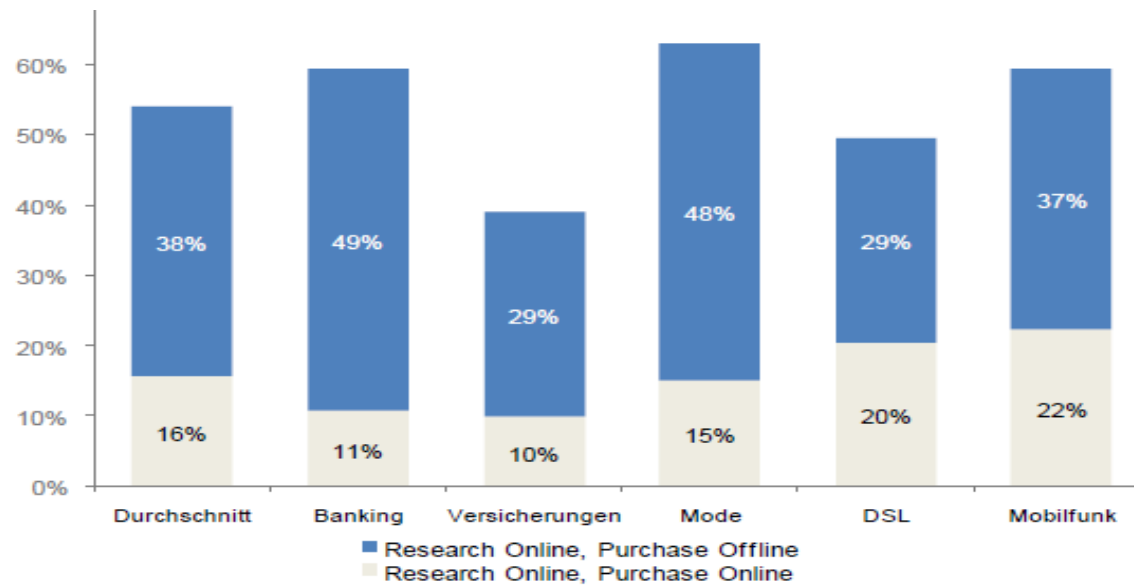
- sucht Online
- kauft Offline

Research **O**nline / **P**urchase **O**ffline

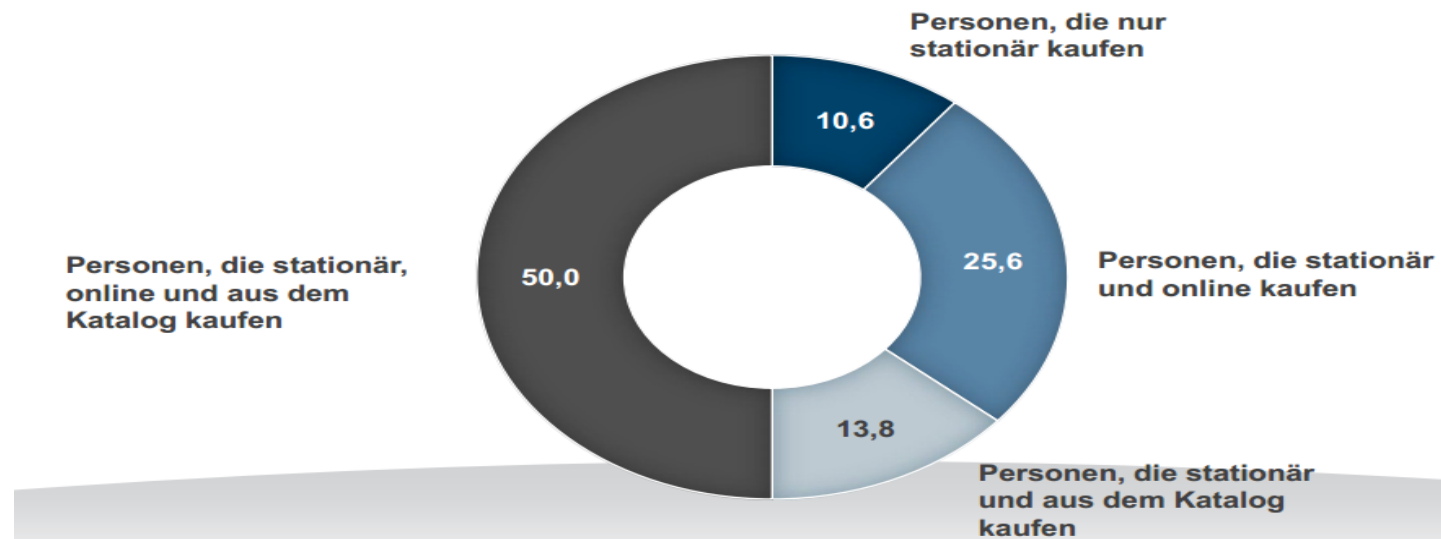
53 % der Internetnutzer recherchieren vor dem Kauf online



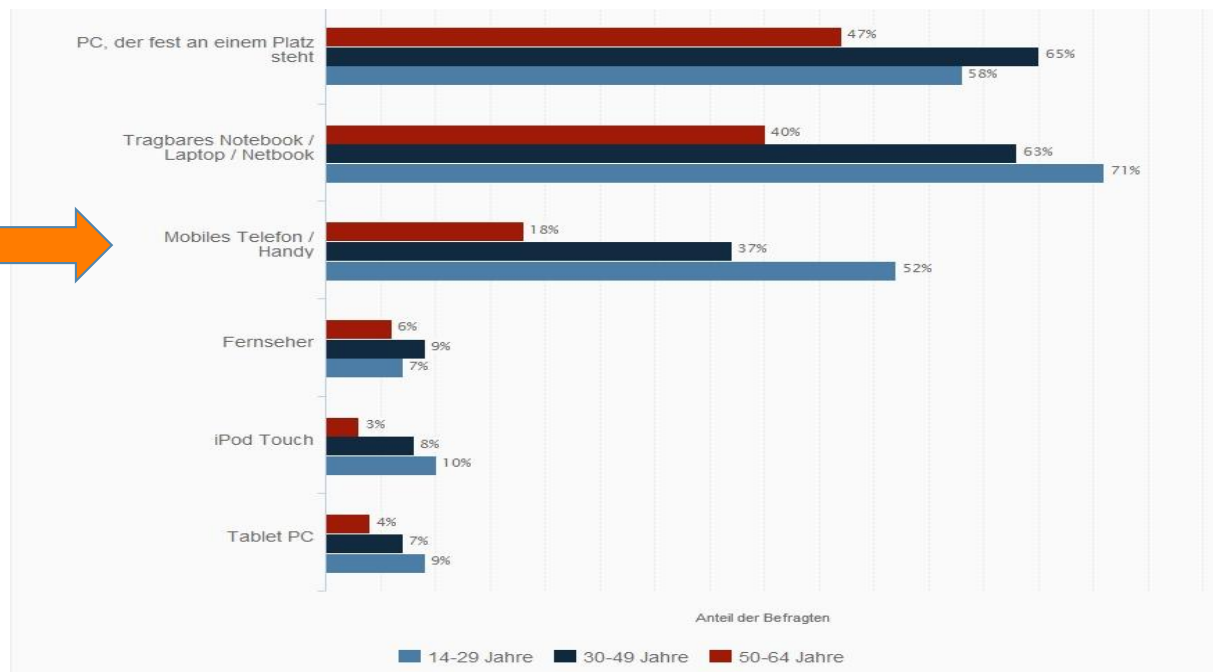
48 % der Käufer recherchieren online, kaufen aber offline



Jeder zweite Kunde ist ein wahrer „Multi-Channeler“

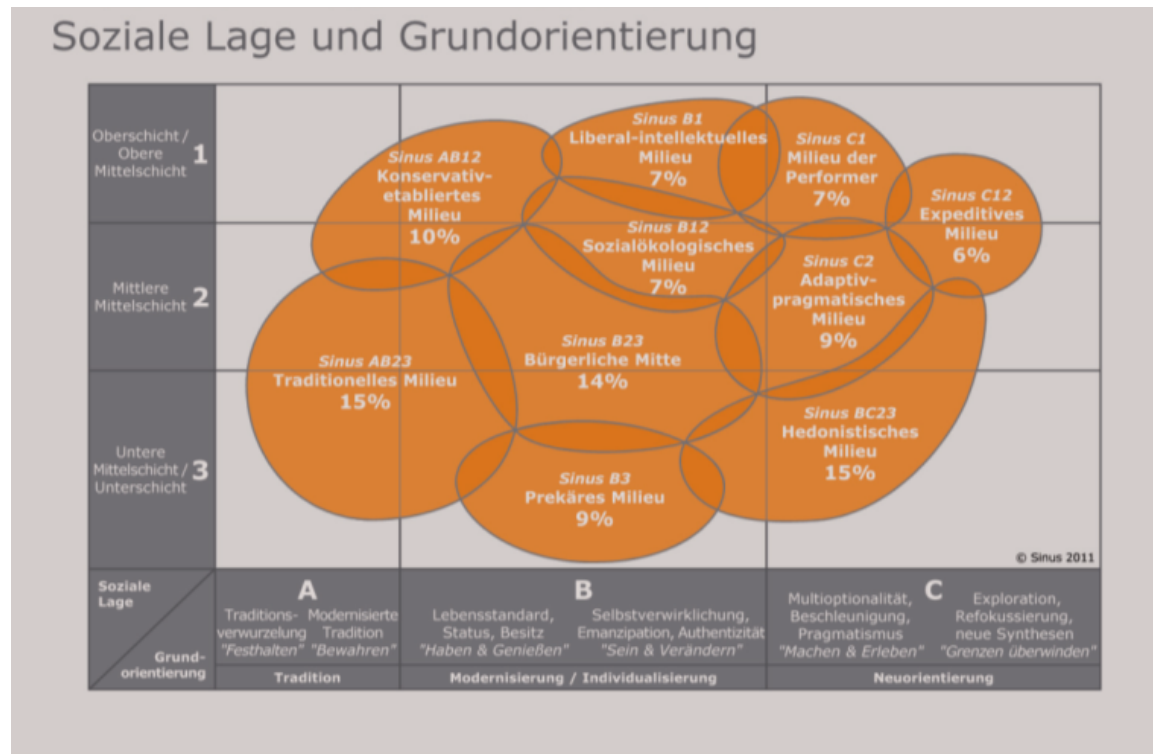


Surfen mit mobilen Endgeräten ist der Trend

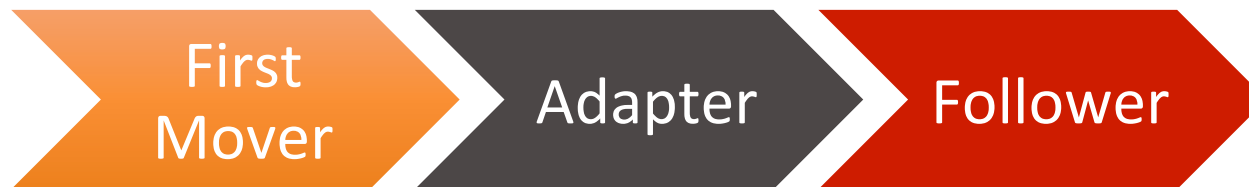


- 43,5 % nutzen Firefox
- 23,2 % nutzen Google Chrome
- 19,8 % nutzen Explorer
- 8,8 % nutzen Safari

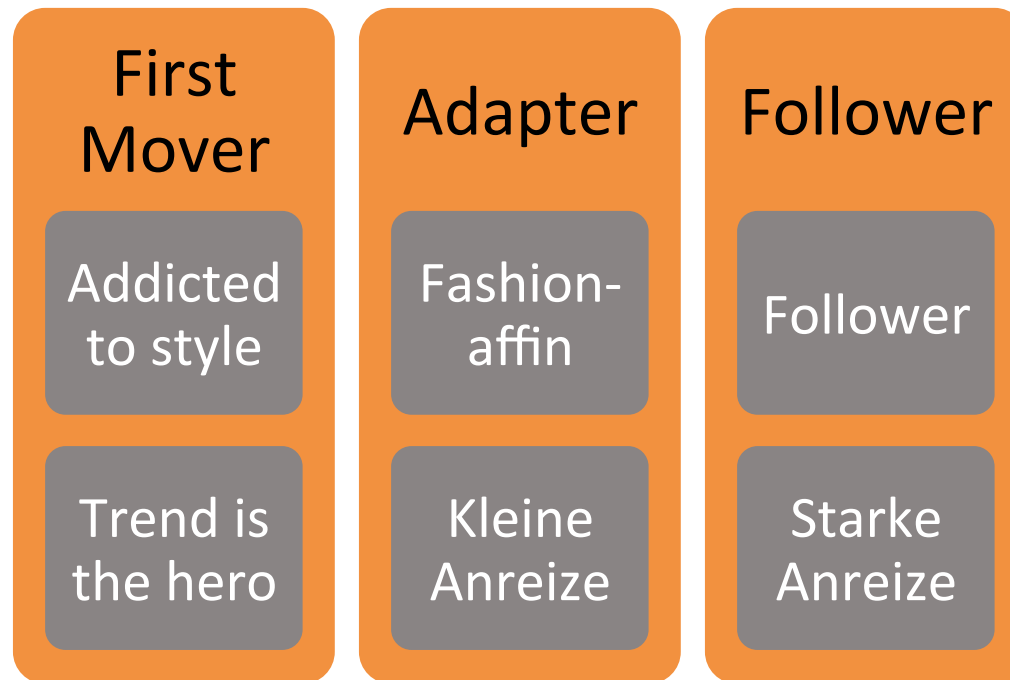
Alles für einen Kunden?



Drei Kunden gibt es wirklich!



Drei Stimuli für drei Kunden-Typen



Conclusio

1. Es gibt 3 Zielgruppen.

2. Es gibt vier Saisons.

3. Die richtige Maßnahme zur richtigen Zeit für die richtigen Kunden.



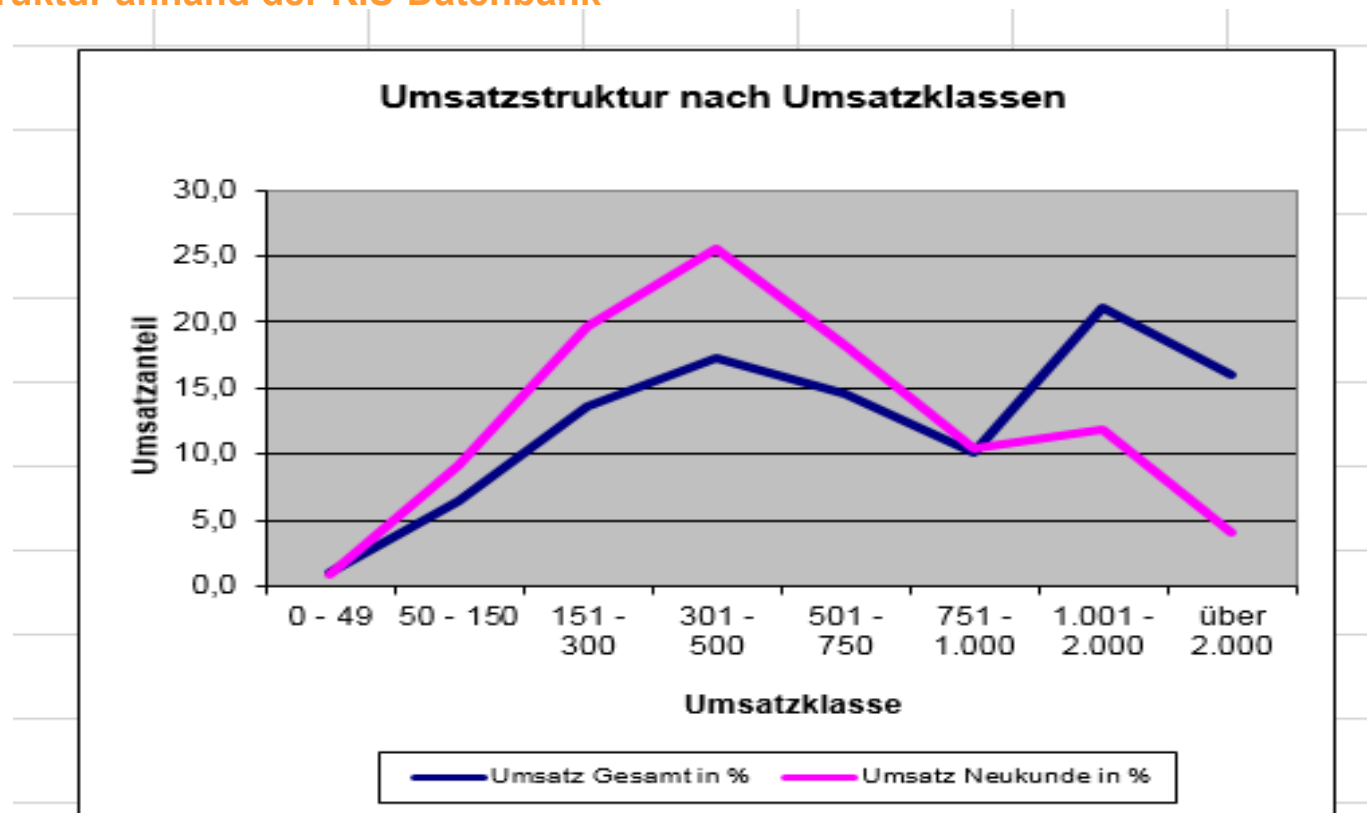
Micro- und Regiomarketing

Jeder Schuss ein Treffer.

Umsatzstruktur anhand der KIS-Datenbank

Kunden und Umsatzstruktur 2013				Firma Muster DOB Haus	
Alle KIS-Kunden					
Umsatzstruktur p.a. in Euro	Umsatz	Kunden	Ø Umsatz	Umsatz Gesamt in %	Gesamtkunden in %
0 - 49	17.214	522	33	1,0	12,0
50 - 150	108.730	1.087	100	6,4	24,9
151 - 300	231.746	1.042	222	13,6	23,9
301 - 500	293.119	748	392	17,2	17,1
501 - 750	247.089	407	607	14,5	9,3
751 - 1.000	172.378	199	866	10,1	4,6
1.001 - 2.000	359.119	267	1.346	21,1	6,1
über 2.000	271.552	90	3.027	16,0	2,1
Total	1.700.947	4.361	390	100	100
Gesamtumsatz	1.956.089	Kis Umsatz %	87		

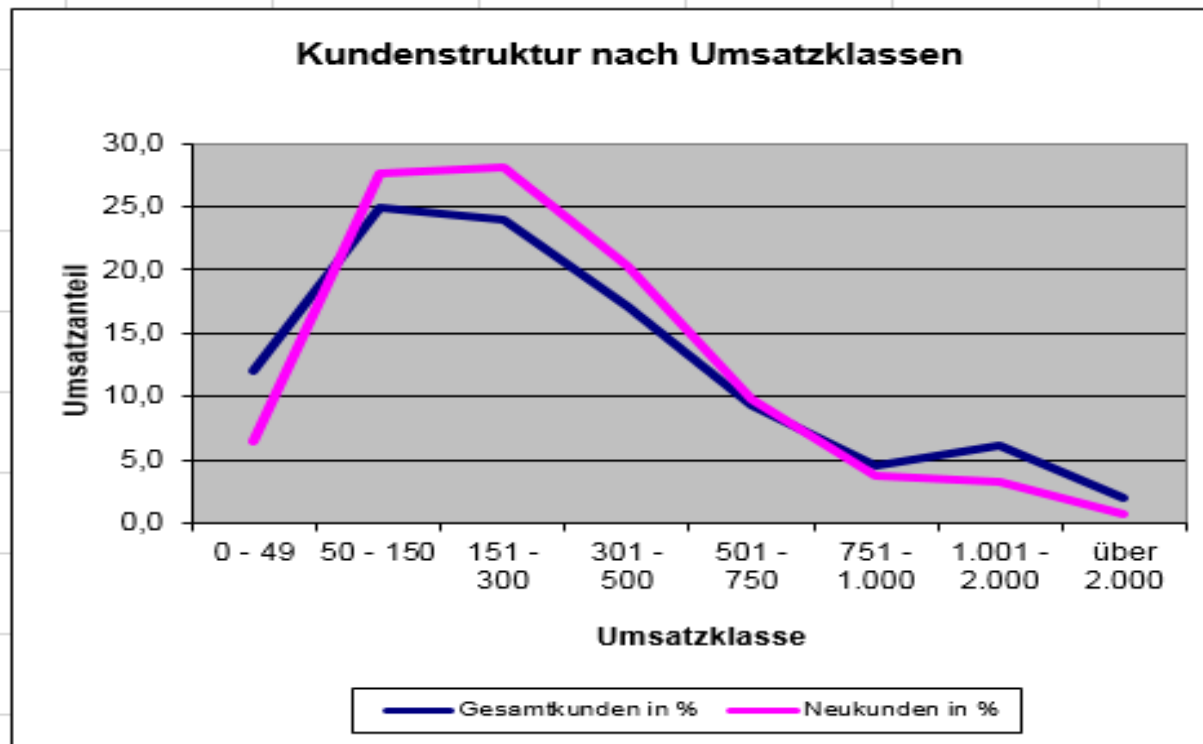
Umsatzstruktur anhand der KIS-Datenbank



Umsatzstruktur der Neukunden

KIS-Neukunden (Kunden, die im Geschäftsjahr 2013 erstmals erfasst wurden)					
Umsatzstruktur p.a. in Euro	Umsatz	Kunden	Ø Umsatz	Umsatz Neukunde in %	Neukunden in %
0 - 49	707	20	35	0,8	6,5
50 - 150	8.315	85	98	9,2	27,7
151 - 300	17.778	86	206	19,7	28,1
301 - 500	23.115	63	370	25,6	20,4
501 - 750	16.508	30	550	18,3	9,8
751 - 1.000	9.393	11	835	10,4	3,7
1.001 - 2.000	10.727	10	1.073	11,9	3,3
über 2.000	3.681	2	1.841	4,1	0,7
Total	90.224	307	294	100	100

Umsatzstruktur der Neukunden



Umsatzstruktur nach Postleitzahlen

Gesamtkunden					(alle Kunden aus dem KIS System Ende 2013)			
Stadt/Ort					Umsatz	Kunden	Umsatz %	Kunden%
PLZ	Name	Einwohner	Haushalte	GFK-Kennzahl				
1	Standort	7.300	3.174	102,5	295.545	732	17,4	16,8
2	A	15.300	6.652	102,5	184.970	467	10,9	10,7
3	B	19.400	8.435	102,5	123.886	342	7,3	7,8
4	C	15.000	6.522	102,5	120.236	270	7,1	6,2
5	D	8.200	3.565	102,5	98.610	261	5,8	6,0

24	V	4.100	1.783	102,5	8.170	15	0,5	0,3
25	W	2.400	1.043	102,5	6.466	22	0,4	0,5
	Rest				146.743	340	8,6	7,8
Total		164.614	71.571	102,5	1.700.947	4.361	100,0	100,0

Umsatzstruktur Postleitzahlen Neukunden

Stadt/Ort					Umsatz	Kunden	Umsatz %	Kunden%
PLZ	Name	Einwohner	Haushalte	GFK-Kennzahl				
1	Standort	7.300	3.174	102,5	14.374	50	15,9	16,3
2	A	15.300	6.652	102,5	6.703	33	7,4	10,8
3	B	19.400	8.435	102,5	12.997	34	14,4	11,0
4	C	15.000	6.522	102,5	8.359	25	9,3	8,3
5	D	8.200	3.565	102,5	3.736	19	4,1	6,1
6	E	4.200	1.826	102,5	3.796	12	4,2	3,9
19	Q	2.542	1.105	102,5	183	1	0,2	0,3
20	R	2.987	1.299	102,5	1.542	3	1,7	0,8
21	S	2.453	1.067	102,5	1.884	5	2,1	1,7
22	T	16.542	7.192	102,5	2.435	6	2,7	1,9
23	U	9.201	4.000	102,5	1.891	7	2,1	2,2
24	V	4.100	1.783	102,5	1.864	9	2,1	3,0
25	W	2.400	1.043	102,5	1.701	3	1,9	0,8
					0		0,0	0,0
	Rest				0		0,0	0,0
Total		164.614	71.571	102,3	90.224	307	100,0	100,0

Marktanteil nach Umsatz und Haushalten

Daten nach Postleitzahl					2013 Kis Daten			Marktanteil		
Ortschaften			GFK-Zahl	Pro- Kopf Ausgabe €	Marktvolumen	Umsatz	Kunden	Umsatz Quote	Bevölkerungs Quote	UmsatzQ Kunde
PLZ	Name	Bevölkerung								
	Standort	3.227	102,5	630	2.083.577	295.545	732	14,18	22,69	404
	A	6.763	102,5	630	4.366.949	184.970	467	4,24	6,90	396
	B	8.575	102,5	630	5.537.177	123.886	342	2,24	3,99	362
	C	6.630	102,5	630	4.281.323	120.236	270	2,81	4,07	445
	D	3.624	102,5	630	2.340.456	98.610	261	4,21	7,21	377
	E	1.856	102,5	630	1.198.770	90.991	253	7,59	13,61	360
	F	1.105	102,5	630	713.554	78.195	199	10,96	18,00	393
	G	1.000	102,5	630	2.000.000	200.000	500	2,00	2,00	500
	H	1.000	102,5	630	2.000.000	200.000	500	2,00	2,00	500
	I	1.000	102,5	630	2.000.000	200.000	500	2,00	2,00	500
	J	1.000	102,5	630	2.000.000	200.000	500	2,00	2,00	500
	K	1.000	102,5	630	2.000.000	200.000	500	2,00	2,00	500
	L	1.000	102,5	630	2.000.000	200.000	500	2,00	2,00	500
	M	1.000	102,5	630	2.000.000	200.000	500	2,00	2,00	500
	N	1.000	102,5	630	2.000.000	200.000	500	2,00	2,00	500
	O	1.906	102,5	630	1.230.738	23.716	51	1,93	2,65	469
	P	2.343	102,5	630	1.512.734	21.071	46	1,39	1,97	456
	Q	1.124	102,5	630	725.541	15.340	56	2,11	4,98	274
	R	1.320	102,5	630	852.554	11.960	37	1,40	2,77	327
	S	1.084	102,5	630	700.139	13.643	37	1,95	3,37	373
	T	7.312	102,5	630	4.721.442	18.118	39	0,38	0,53	468
	U	4.067	102,5	630	2.626.163	3.522	10	0,13	0,24	364
	V	1.812	102,5	630	1.170.228	8.170	15	0,70	0,83	543
	W	1.061	102,5	631	686.099	6.466	22	0,94	2,03	301
	Rest					146.743	340	#DIV/0!	#DIV/0!	432
Total		72.759	102,3	630	46.985.462	1.700.947	4.361	3,62	5,99	390

	Standort	3.227	102,5	630	2.083.577	295.545	732	14,18	22,69	
	EZG 1	28.569	102,5	630	18.448.219	783.057	2.068	4,24	7,24	
	EZG 2	26.713	102,5	630	17.249.734	439.325	1.136	2,55	4,25	
	EG 3	14.251	102,5	630	9.203.933	36.276	85	0,39	0,60	
	Rest					146.743	340			
	Gesamt	72.759	102,5	630	46.985.462	1.700.947	4.361	3,62	5,99	
	KAMPFGEBIET									

Zielplanung

Istdaten 2013							Zielplanung 2015 Musterhaus						
Ortschaften				Umsatz	MA %		Umsatzplan		Neukunden		Haushalte		
PLZ	Ort	Bevölkerung Frauen	Marktvolumen	€	Ist	Plan	Gesamt	Mehrumsatz	Q Umsatz	Anzahl	Tagepost	Response	Aktionsfaktor
	Standort	3.227	2.083.577	295.545	14,2	14,2	295.868	323	310	1	2.097	0,05	0,2
	A	6.763	4.366.949	184.970	4,2	4,4	192.146	7.175	310	23	4.396	0,53	1,8
	B	8.575	5.537.177	123.886	2,2	3,0	166.115	42.229	310	136	5.574	2,44	8,1
Zur Zielerreichung Response mit Postwurf (Tagespost) hochgerechnet.											4.310	3,82	12,7
											2.356	2,52	8,4
In Spalte K sind die Mengen für Haushaltsverteilung (Haushalte mit Tagespost) Haushaltsabdeckung = 65 % (Werbeverweigerer sind bereits berücksichtigt.)											1.207	-0,29	-1,0
											718	0,13	0,4
Im Spalte L ist die Response-Vorgabe aus der Neukunden-Hochrechnung.											2.643	0,02	0,1
Damit ergibt sich die durchschnittliche Response und damit die Aktionsanzahl im Jahr (in 12 Monaten).											730	-0,37	-1,2
	R	1.320	852.554	11.960	1,4	1,5	12.788	828	310	3	858	0,31	1,0
	S	1.084	700.139	13.643	1,9	2,0	14.003	360	310	1	705	0,16	0,5
	T	7.312	4.721.442	18.118	0,4	0,4	18.886	768	310	2	4.753	0,05	0,2
	U	4.067	2.626.163	3.522	0,1	0,1	2.626	-896	310	-3	2.643	-0,11	-0,4
	V	1.812	1.170.228	8.170	0,7	0,7	8.192	22	310	0	1.178	0,01	0,0
	W	1.061	686.099	6.466	0,9	0,7	4.803	-1.663	310	-5	690	-0,78	-2,6
	Rest	0	0	146.743	#DIV/0!		127.685	-19.058	310	-61	0	#DIV/0!	#DIV/0!
Total	Total	72.759	46.985.462	1.700.947	3,6	3,9	1.837.162	136.215	310	439	47.294	0,93	3,1

Investieren in die Zukunft

Investitionsplanung

- 4 % des Umsatzes in die Stammkundenaktivierung
- 10 % des gewünschten Mehrumsatzes in die Neukundengewinnung

Werbewirkungsforschung

- ca. 7 Kontakte notwendig
- „McDonalds-Strategie“ Aktionsbewerbung intensiv auf verschiedenen Kanälen

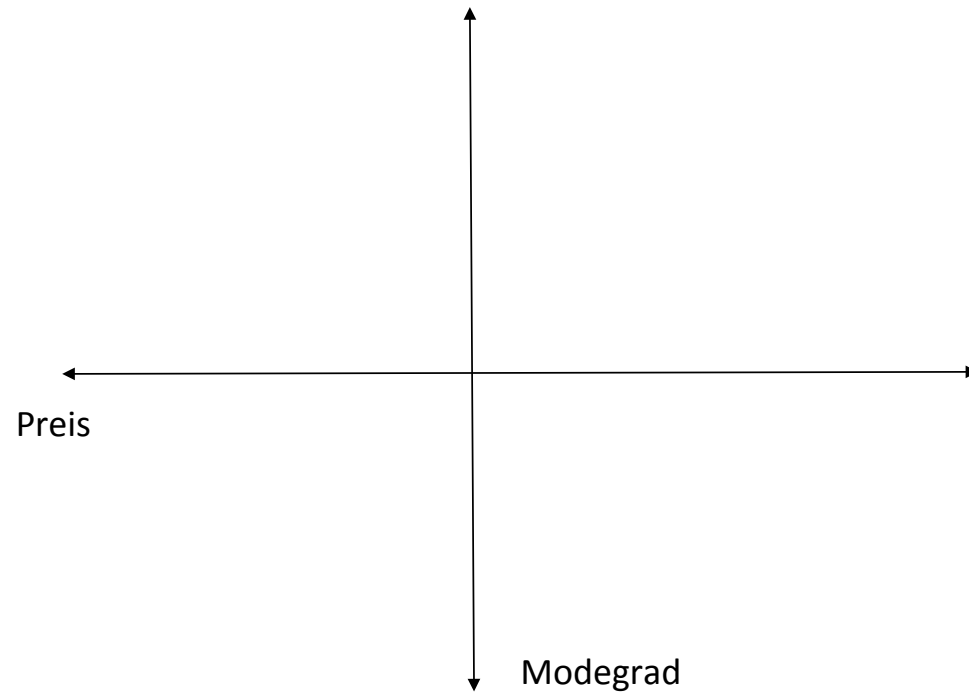
- Bereits jeder 10 Kunde besucht gezielt vor dem Einkauf die Website des Händlers
- Bereits jeder 6 Neukunde besucht gezielt vor dem Einkauf die Website des Händlers



Positionierung

Versprechen vs. Entsprechen.

Positionierung nach Preis & Mode Grad



Kommunikation entsprechend der Positionierung

Große HOSEN-AKTION
Geben Sie uns Ihre alte Hose
für **10,- €**
... und freuen Sie sich über eine Neue!

TOM TAYLOR s.Oliver Street One LERROS PIONEER MURK WELLS GERRY WEBER

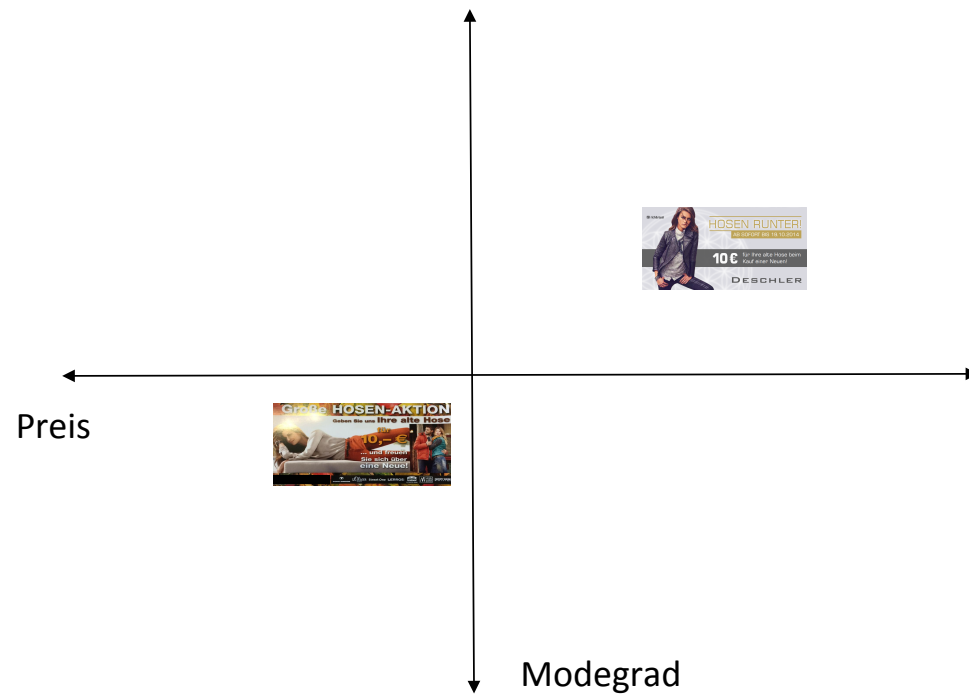
rich&royal

HOSEN RUNTER!
AB SOFORT BIS 19.10.2014

10€ für Ihre alte Hose beim Kauf einer Neuen!

DESCHLER

Positionierung nach Preis & Mode Grad





Aktionsideen

Mehrwert statt Rabatte



FASHION
WEEK
VOM 21. BIS 23. AUGUST

rich&royal

Gutbrod
Modemhaus

URBANER LIFESTYLE

- Komfortable, bequeme Basic-Looks
- Natürlichen Materialien
- nachhaltiger, bewusster und ökologisch orientierter Konsum

Schal
ab 3,49 €

TRENDREPORT: NATURAL LIVING

NATURAL LIVING

Nachhaltiger Konsum, ökologisches Denken, bewusste Ernährung – all das macht einen neuen urbanen Lebensstil aus. Und auch die Mode erlebt nun diese gesellschaftlichen Einflüsse. Natural Living ist ein Modethema, das entspannte Basic-Looks dominieren lässt. Natürliche Materialien, wie Leinen, Garne und Strick, leben Komfort und Bequemlichkeit sichtlich vor. Die Farben zeigen sich ohne Kontraste in tonigen Welten: von hellen Neutrals über Pastelle bis hin zu tollen Blau- und Grüntönen. Mit ansprechenden Bildern laden Sie zum großen Modethema in Ihr Haus – eine passende Kaufzugabe schiebt das Interesse wie von alleine an. Wählen Sie zwischen einem Blechschild mit einem lockeren Spruch oder einem Kissenüberzug.

Selfmailer A3
ab 0,66 €

Kissenhülle
ab 3,99 €

Banner
ab 99,- €

02

03

TRENDREPORT: SPORTY CHIC

GLAM UP YOUR LIFE

Sporty Chic heißt der wichtige Trend für das Frühjahr 2015. Ein veredelter sportiver Look setzt im Frühjahr kommt in Szene. Die Longbluse im Layering-Look ist zur skinny Leggings ebenso angesagt, wie die Jogginghose mit lässigem Top oder der schwingende Rock zum Boxypull. Damit liegen Sie für modische Kundinnen genau richtig! Immer mit dabei: eine sexy Tasche. Nach diesem Vorbild haben wir die "Glamour Bag" in stylischem Silber entwickelt. Sie kann viel und sieht dabei auch noch phantastisch aus. Die Aktion "Glam up your life" sichert Ihre Umsätze für einen frühen Saisonstart. Mit Ihrem Logo individualisiert, wirkt die XXL-Bag darüber hinaus als mobiler Werbeträger mit hohem Aufmerksamkeitswert.



Statement-Kette
ab 5,99 €

COOLE SPORTSWEAR

- Sneakers, Jogginghose und Sweatshirt sind wichtige Keypieces
- Nylons, Netz, perforierte, technisch anmutende Stoffe u. Jersey unterstreichen den Look effektiv.



04



Banner
ab 99,-€



Selbmailer A4
ab 0,45 €



05

FLOWER FOR POWER

- Fröhliche Blumenmädchen im Fransenlook und Ethnostyle begrüßen das Festival des Sommers.
- Tolle Hippie-Hüte, lässige Mini- und Maxilängen



TRENDREPORT: FESTIVAL

FASHION FESTIVAL

Das ganze Leben ist ein endloses Festival! Wow, fühlt sich das gut an. Mehr Power durch Flower, viel Mini und Maxi, extravagante Hüte und lange Fransen – so präsentiert sich der Hippie-look und Ethnostyle in diesem Sommer. Ebenso lässig kommt Ihre Einladung zum Fashion-Festival daher: Die 70er-Jahre interpretiert für 2015 – als Kaufzugabe dürfen sich Ihre Gäste über eine flippige Fransentasche oder eine florale Festivalbag freuen. Ein schönes Hippiearmband als Begrüßungsgeschenk passt exakt zum Flower-Power-Style.

Banner
ab 99,-€



Fransentasche
ab XX,-€



Airbrush-Tattoo-Event
Eventcharakter durch
Airbrush-Künstler
Preis auf Anfrage



Armband
ab 6,49 €



06

07

TRENDREPORT: WHITE SENSATION

LATE-NIGHT-SHOPPING

Der neue Sommertrend heißt: Weiß all-over! Wie man ihn mit minimalen Mitteln effektiv stylt, zeigen Sie durch den Event 'White Sensation'. Ein hochwertiger Selfmailer bewirbt den neuesten Modehit – ein wunderbares Lederarmband als Begrüßungsgeschenk entpuppt sich als bestes Kombi-Piece dazu. Vor Ort im Modehaus offenbart sich Ihren KundInnen der ganze weiße Modezauber: Von ethno-romantisch mit vielen Ketten und bunter Clutch bis puristisch in Marlene-Hose und cleanem Top darf Ihre KundIn während des Late-Night-Shoppings alle White Styles in Ruhe durchprobieren. Très chic!



Selfmailer A3
ab 0,66 €



Armband
ab 8,99 €



WEISS VON KOPF BIS FUSS

So heißt die Sommer-Attitüde in diesem Jahr.

· Ob als Kleid, Blazer oder Shirt - die Farbe Weiß spielt diese Saison eine große Rolle.



08

09

10
11

AKTION ZUM SAISONSTART

SHAPES OF GREY

Weltweit 70 Millionen verkaufte Bücher sprechen für sich – rechtzeitig zum Valentinstag folgt die Verfilmung der Bestseller-Trilogie. Nicht nur die Frauenwelt ist fasziniert von dem erotischen Knistern der Story und kann den Filmstart kaum erwarten. Holen Sie sich den Streifen zu Ihnen: Mieten Sie ein örtliches Kino an und führen Sie den Film auf! Danach laden Sie alle Zuschauer zum Late-Night-Shopping in Ihren Modehandel. Dabei greifen Sie die Thematik auf und präsentieren vielversprechende Shape-Wear, sexy Dessous und Co. von deren Schokoladenseite. Welche Kundin kann dieser Verführung schon widerstehen?



Selbster A4
ab 0,45 €

Gutschein
VALENTINSTAG 2012

Kontaktkarte
GUT WERBEN









Schlafmaske
ab 0,49 €



Duftkerze
ab 1,49 €



AKTION ZUM SAISONSTART

FASHION BISTRO

Einen fetten Becher Kaffee, dazu eine süße kleine Sünde namens Cup Cake – alles in einer verführerischen Welt aus Rose- und Pastelltonen! Welche Frau kann da schon widerstehen? Und so laden Sie zum Fashion-Bistro: Ihre Kunden erhalten eine Einladung mit einem Gutschein über eine Tasse als Begrüßungsgeschenk in Ihrem Modehaus. Das Bistro tischt köstliche Cup Cakes und aromatischen Kaffee auf. Derweil servieren Sie die süßen Mode-Verlockungen der neuen Saison. Sie wählen passend die zarten, hellen und weiblichen Farbtöne aus. Volla – und der Saisonstart ist wie Zucker auf der Zunge!



Banner
ab 99,-€



Tassen
ab 1,49€/Stück





AKTION ZUM SAISONSTART

FIRST LOOK

Junge Küken ganz groß in Schale! Laden Sie die modischen „Early Mover“ ein zum Saisonstart in Ihrem Haus. Präsentieren Sie Ihren Kundinnen und Kunden von morgen die neuen Kollektionen exklusiv mit einer stylischen TrendInfo. Neben der strahlenden neuen Mode lockt auch eine Sonnenbrille, die zum Einkauf gratis erhältlich ist. Nutzen Sie den Saisonstart und sichern Sie sich die Umsätze der modischen Kunden frühzeitig mit dem erfolgreichen „First-Look“-Event.



Klappkarte
ab 0,47 €



Sonnenbrille
ab 5,49 €/Stück

AKTION ZUM SAISONSTART

BLUSENWUNDER

Die Bluse ist eines der Must Haves dieser Saison! Bewerben Sie Ihre Blusenvielfalt – als Kaufzugabe wartet auf Ihre Kundinnen eine „Longkette“ zur idealen Kombination. Und welche Blusenstyles trägt Frau zur neuen Saison? Zum Beispiel die sportive Basicbluse in Seide, Leinen, Ramie oder Lightdenim. Feminine Blusentops mit Lochspitze, Lasercut, Plissé, Bliesen oder Volants, auch in transparenter Optik. Hemdblusen in leichter Baumwolle, modisch lässig überschritten oder als Longbluse in Weiß, Bleu, Rosa, mit Streifen oder Mittelstreifen. Ganz schlicht halten es Blusentops in Longform zum Layern oder als Boxtop in Seide, Baumwolle, Mat-Mix mit Jersey und mit Lagenlook-Effekten in Uni oder dezenten Drucken.



Banner
ab 99,- €

Maxipostkarte
ab 0,37 €

Long-Kette
ab 8,99 €



Holen Sie sich Ihre Gratis Long-Kette!

trend
fashion

Montag bis Freitag 9.30 bis 18.30 Uhr
Samstag 9.30 bis 16.00 Uhr

AKTION ZUM SAISONSTART

NEUKUNDENGWINNUNGS-
MAGAZIN

Ein Kundenmagazin lebt förmlich das Modebewusstsein und die Persönlichkeit Ihres Hauses. Auf jeder einzelnen Seite steht die Individualität Ihres Modehauses im Mittelpunkt. Sie präsentieren die Wohlfühl- und Erlebniswelt an Ihrem POS in ansprechenden Bildern und coolen Beschreibungen – setzen dabei Ihre angebotene Mode professionell in Szene. Mit diesem Zusatznutzen bieten Sie einen unübertrefflichen Mehrwert für Kunden, der gerne angenommen wird. Mittels Mikro- und Regionmarketing ermitteln wir zusammen mit Ihnen, wo die Zielgebiete zur Streuung Ihres Magazins liegen. Tun Sie Ihre Kompetenz kund!



Großfläche
auf Anfrage

4

AKTION ZUM SAISONSTART



16-seitiges Magazin
ab 5.900 €

15

KICKER-EVENT

KICKER-EVENT MIT WELTMEISTERIN LILLY ANDRES

Echte Kerle brauchen Herausforderungen! Sie lieben es, sich zu messen, ihr Können unter Beweis zu stellen, für etwas Wichtiges zu kämpfen. Nutzen Sie den typisch männlichen Kämpfergeist für sich! Sie fordern die Männer zur Kicker-WM in Ihrem Modehaus auf. Lilly Andres ist die amtierende Tischfußball-Weltmeisterin. Eine Frau? Eine Frau! Und sie legt sich mit ihren männlichen Kunden an. Das wird spannend. Dabei wetten Sie auch noch, dass die Männer keine drei Tore gegen die hübsche

Meisterin schießen! Ansonsten gewinnen die Wettkämpfer einen Einkaufsgutschein über 250 €. Das starke Geschlecht denkt sich vielleicht: "Das pack' ich ja leicht!" Doch keine Sorge, so wird es nicht kommen, denn an Lilly Andres kommt niemand vorbei. Wir haben das Event schon vor großem Publikum durchgeführt. Keiner hat es geschafft, drei Tore gegen sie zu erzielen. Einen Riesenspaß hatten trotzdem alle. Schließlich gibt es ein 5-Liter-Partyfass als Trostpries und Kaufbelohnung gratis.



20

Tischkicker-Weltmeisterin
Lilly Andres

HAKA-AKTIONEN

POWER PLAY

Damit geht modisch Interessierten Herren ein Licht auf: Ein Mailing, das gezielt die Interessen von Männern anspricht und viel Sympathie unter den männlichen Kunden erntet, geht per Klappkarte an die Stammkunden. Beim Kauf eines neuen Kollektionsteils versprechen Sie eine LED-Fahrradlampe als Giveaway. Denn auch Männer lassen sich gerne beschenken, wenn es das Passende ist. Lassige Looks im Materialmix mit sportiven Details im Bikerstyle

bringen Männer in der neuen Saison zum Traumen. Außerdem sind Used denim sowie helles und dunkles Leder in der Herrenmode derzeit nicht mehr wegzudenken.



LED-Fahrradlampe
ab 2,99 €



Klappkarte
ab 0,47 €



Maxipostkarte
ab 0,37 €

TRAVEL TIME

Aktive Männer leben für den Sportsgeist: Die Aktion 'Travel Time' nimmt dieses Interesse auf und verspricht einen sehr schönen Reisewecker bei einem gewissen Umsatzwert gratis. Sie künden das ganze per postalischer Einladung an mit der Aussage: 'Aufgewacht! Die neue Mode ist da.'

Reisewecker
ab 3,99 €



21

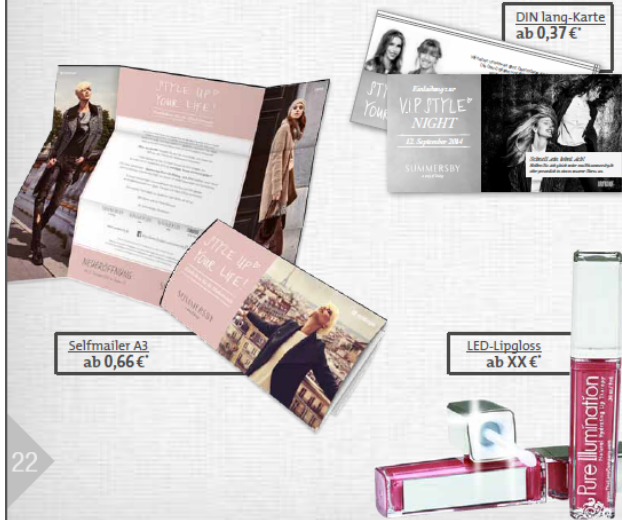
SUMMERSBY STYLING EVENT

STYLING EVENT

Ein Event mit VIP-Charakter – das kommt unter Kunden so richtig gut an! Nur unter schneller Voranmeldung ist die Teilnahme garantiert, das weckt Begehrlichkeiten. Und sie werden in Scharen kommen ... In einer langen Modenacht werden die neuen Kollektionen präsentiert, um Kundinnen sicher und stillvoll im Alltag wie im Job auftreten zu lassen. Namhafte Stylisten geben außerdem mit viel Fingerspitzengefühl individuelle und typgerechte Make-up- und Outfit-Beratungen zum Besten. Dazu können auf Wunsch leckere Drinks und Fingerfood gereicht werden. Alternativ zur Styling-Show wird ein attraktiver Einkaufsgutschein und ein trendiges Begrüßungsgeschenk beworben – das kurbelt Ihren Umsatz nachweislich an uns sorgt für treue und zufriedene Stammkunden!



Martina Eppers & Iris Göring von IJM glaM



Selfmailer A3
ab 0,66 €

LED-Lipgloss
ab XX €

DIN lang-Karte
ab 0,37 €

AKTION ZUR SAISONMITTE

PO SUCHT HOSE

Alt gegen Neu heißt die Devise der Hosen-Aktion: Beim Kauf einer neuen Hose in Ihrem Modehaus nehmen Sie die "alte" Hose mit 10 € in Zahlung. Das entlastet zum einen den Kleiderschrank Ihrer Kunden. Zum anderen dürfen Sie sich über positive Presseresonanz freuen: Die abgegebenen Hosen spenden Sie einer sozialen Einrichtung und berichten darüber. Übrigens: Ob Denim in den aktuellen hellen Waschungen, coole Baumwollhosen, Joggingpants oder schmale Skinny- oder Zigarettenformen – die Aktion gilt für sämtliches Beinkleid der neuen Saison.



Maxipostkarte
ab 0,37 €



Sammelbox
ab XX €



PO SUCHT
HOSE!

Ab sofort bis
00.00.2015

trend
fashion

Banner
ab 99,- €

AKTION ZUM SAISONENDE

FREUNDINNENMAILING

"Freundschaft ist die Verbindung der Seelen", betonte einst Voltaire. Und Seelenverbindung entsteht, wenn man gleiche Interessen wie Mode oder Shopping teilt, sagen wir. Echte Freundinnen gehen auch mal zusammen einkaufen und beraten sich gegenseitig, geben Tipps und genießen die gemeinsame Zeit. Grund genug, um tolle Frauen und Ihre Freundinnen zu sich ins Modemagazin einzuladen – und zwar zu einer besonders verlockenden Bedingung: Kommt die Dame allein, erhält sie 10% Rabatt, kommt sie mit einer Freundin, bekommen beide 20%. Bringt sie zwei Freundinnen mit, erhalten alle volle 30% Rabatt!

Banner ab 99,- €

AKTION ZUM SAISONENDE

KLEBEPUNKTE

Kleben bleiben für gute Rabatte! So etwas lieben Kunden. Anhand dreier Klebepunkte dürfen sie selbst bestimmen, wie viel Rabatt sie auf ihr gewünschtes Teil erhalten wollen. Ob 10%, 20% oder 30% – die Erläuterung wird direkt an Ihren Kassen abgezogen. Wird bekommen Ihre Stammkunden davon per DIN-lang-Karte – so belohnen Sie die treuesten unter Ihren Kunden und vermitteln ein "VIP-Gefühl", das nur ausgewählten Mode-Fans zusteht.

ALLES, WAS IN DIE TÜTE PASST

Die magischen vier Worte, die Kundenherzen höher schlagen lassen: SALE! Und nicht nur Kunden sähen ab, denn wenn Saisonware schon lange am POS hängt, wird die Zeit knapp, sie noch zu verkaufen. Schieben Sie den Umsatz also gewinnbringend an und verdienen Sie noch etwas Geld dazu: Eine optimale Aktion dafür ist der "Tüten-SALE". Das Werbemittel, beispielsweise eine Maxipostkarte, dient dabei gleichzeitig als SALE-Aufkleber für Ihre Einkaufstaschen. Ihre Kunden erhalten dann auf alle Artikel, die sie in diese Einkaufstasche verstauen, 25% Rabatt. Die zur Verwendung stehende Größe der Einkaufstasche sowie die Begrenzung der auszuwählenden Artikel sind ganz nach Ihrem Wunsch variierbar.



NEW BASICS



GIVE CARDS-/MAILING

In Zeiten, in denen jeder alles zu haben scheint, wird seine Rückkehr gefeiert: Jahrelang hat der Geschenkgutschein Kunden zuverlässig ins Geschäft geholt und dem Handel sichere Umsätze garantiert. Jetzt bekommt er eine zeitgemäße Aufmachung: Heute schenkt man GiveCards*! Zu Weihnachten, Ostern, Muttertag, Vatertag oder einfach als kleines Dankeschön: Für jeden Geschmack und viele Anlässe bieten Sie Ihren Kunden damit ganzjährig die passenden Geschenkkarten – und schenken viel Freude und Aufmerksamkeit.

Mit dem attraktiven GiveCard®-Paket können Sie schon bald in die individuelle Zukunft des Schenkens einsteigen. Darüber hinaus können Sie die GiveCard® natürlich ganzjährig und jederzeit (nach-)bestellen.

Und die beste Nachricht zum Schluss: Unsere Händler steigern ihre Gutscheinumsätze durch GiveCards® im Schnitt etwa um 20 Prozent. Ein Geschenk für alle also!

Gesamtpaket ab 1.990,-€

20% MEHR VERKAUFTE GUTSCHEINE

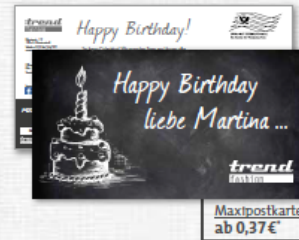
DIN A4-Mailing ab 0,43 €



** 5000 GiveCards (je Motiv, bedruckt mit EAN-Codes) mit Druck, Web, Gestaltung und Druck

NEW BASICS

GEBURTSTAGSMAILING



Persönlich, überraschend, kundenbindend: Zum Geburtstag senden wir Ihren treuen Kunden ein paar nette Zeilen per Maxipostkarte mit guten Wünschen und einem Gutschein über Rabatt oder ein kleines Geschenk, einzulösen beim nächsten Einkauf. Die Karte wird auch auf der Vorderseite mit dem Namen des Geburtstagskindes personalisiert! Von der Gestaltung über den Text bis zum Druck und dem zeitlich verbindlichen Versand – NOW nimmt Ihnen sämtliche Arbeitsschritte rund um dieses Mailing ab. Macht Ferien! und

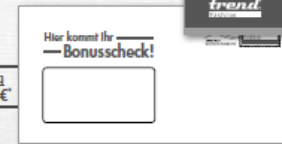
BONUSSCHECK

Einmal im Jahr dürfen sich Ihre treuen Kunden doppelt freuen: In einem freundlichen Anschreiben erfahren sie, wie viel Rabatt sie in Form eines Bonuschecks erhalten. Die Summe setzt sich aus dem Umsatz zusammen, den sie das ganze Jahr über zuverlässig in Ihrem Hause gemacht haben.



DIN A4-Mailing ab 0,43 €

Umschlag ab XX,- €



NEW BASICS

TREND-NEWSLETTER

Trendorientierte Händler haben zu Modethemen meist viel zu sagen. Schließlich ist Mode im ständigen Wandel und gutes Styling in aller Munde. Um wirklich regelmäßig das Gehör Ihrer Kunden zu gewinnen, ist ein Newsletter ein effektvolles und kostenbewusstes Mittel zur Kundenbindung. Schließlich erfordern Newsletter kein Porto, müssen nicht gedruckt werden, bieten höchste Aktualität und haben wenig Streuverlust, denn sie werden nur auf freiwilligen Wunsch des Kunden empfangen.

Zahlen sprechen dafür: Rund 44 Prozent aller E-Mail-Empfänger tätigen auf Basis einer Werbe-Mail einen Kauf. Die wohl wichtigste Auf-



gabe bei der Entwicklung von Trend-Newsletter ist ganz klar ein guter und relevanter Inhalt, funktionierende Technik und eine ansprechende Gestaltung mit schönen Bildern.

Aufgemacht wie ein Modemagazin, gespickt mit vielen Themen, Fotos, Tipps und Tricks haben die von NOW entwickelten und versendeten Newsletter einen hohen Aufmerksamkeitswert unter Händlerkunden. Und da ein Newsletter am besten funktioniert, wenn er regelmäßig verschickt wird, bietet NOW Ihnen ein Jahrespaket mit etwa 26 Newsletter an, die aktuelle Trends und stattfindende Aktionen vor Ort sympathisch bewerben.

32

Alle Abbildungen sind Muster. Die finale Gestaltung kann abweichen.

*Die Preise des Werbemittels beziehen sich auf eine Druckauflage von 5.000 Stück (22g/L, Porto, Verpackungs- und Versandkosten sowie Mehrwertsteuer).



CROSS CHANNEL

ZUKUNFTS-CHANCEN FÜR DEN STATIONÄREN HANDEL

Besonders das Potential zur Gewinnung von Neukunden steigt stark an, wenn Händler über eine ansprechende Webseite verfügen. Aktuelle Zahlen sprechen dafür: Etwa 53 % aller Neukunden informieren sich zunächst über die Website eines Händlers, bevor sie in den Laden gehen. Und genau diese Entwicklung sollte sich der Modehandel zunutze machen, denn die Website ist bei der Neukundengewinnung nicht mehr wegzudenken. Allerdings sollten sich Profis, wie die auf den Mode- und Sporthandel spezialisierte Werbeagentur NOW, um die Webentwicklung kümmern, denn: Eine Website ist ein fortlaufender Prozess, ein dynamisches Gebilde. Sie sollte sich parallel zum Internet entwickeln, um zeitgemäß, modern und leistungsfähig zu sein. Geschäftsführer Günter Nowodvorski hat konkrete Ideen dafür: „Regelmäßige Aktualisierungen und Ergänzungen sind Pflicht für ein modernes, zeitgemäßes Image.“ Schon zu Beginn einer Webseiten-Entwicklung erarbeitet NOW einen Leitfaden für den Händler und macht ihm die Notwendigkeit klar, diesen auch zu befolgen. Denn nur aktuelle Webseiten überzeugen Kunden von heute und untermauern deren Nachfrage.

Technisch und inhaltlich auf Höhe der Zeit

Welche technischen Anforderungen muss eine Webseite heute erfüllen? Sie sollte kompatibel mit allen gängigen Browsern sein, wie z.B. Google Chrome oder Safari. Zudem muss sie Responsive funktionieren, d.h. auch mit Smartphones und Tablets zu bedienen sein. Die Gestaltung soll ansprechend und benutzerfreundlich sein und eine intuitive und konsistente Navigation bereitstellen. Hochwertiges Bildmaterial und überzeugende Inhalte vermitteln dem Besucher Qualität und Kompetenz. Insbesondere der Modehandel sollte Marken und Trends eine große Präsenz einräumen. Und ein etwanfrei funktionierendes Kontaktformular darf ebenfalls nicht fehlen, um den Servicegedanken zu vermitteln. Natürlich sind die Grundregeln der Usability für eine Webseite ganz wichtig. Zudem hilft eine durchdachte Suchmaschinenoptimierung, bei der Web-Recherche, z.B. über Google, gut gefunden zu werden. Dabei werden

bestimmte Kombinationen aus Suchbegriffen, wie z. B. „Marke + Stadt“, immer wichtiger. Die Agentur NOW bezieht all diese Kriterien ein, wenn sie ein neues Webseiten-Konzept entwickelt. Profis kreieren ein ansprechendes Design unter Berücksichtigung von Interaktivität und den klassischen Marketingregeln zur Neukundengewinnung. Die Einbindung von Social Media Komponenten gehört beispielsweise selbstverständlich dazu. Für Kunden bedeutet dies, beim Befüllen und Pflegen der Webseite selbst Hand anlegen zu können: Ein leicht zu bedienendes Content-Management-System macht dies möglich. Dazu erhalten die Auftraggeber eine ausführliche Einzelschulung durch die Webexperten von NOW. Die Kosten für einen neuen Webauftritt, der sieben Seiten umfasst, belaufen sich auf etwa 6.900 €.

Neugierig geworden? Besuchen Sie die frisch entwickelten Händler-Webseiten aus der Feder der Augsburger Agentur:

- Modehaus Deschler
- Modehaus Juhasz
- Modehaus Bauer
- Modehaus Löting



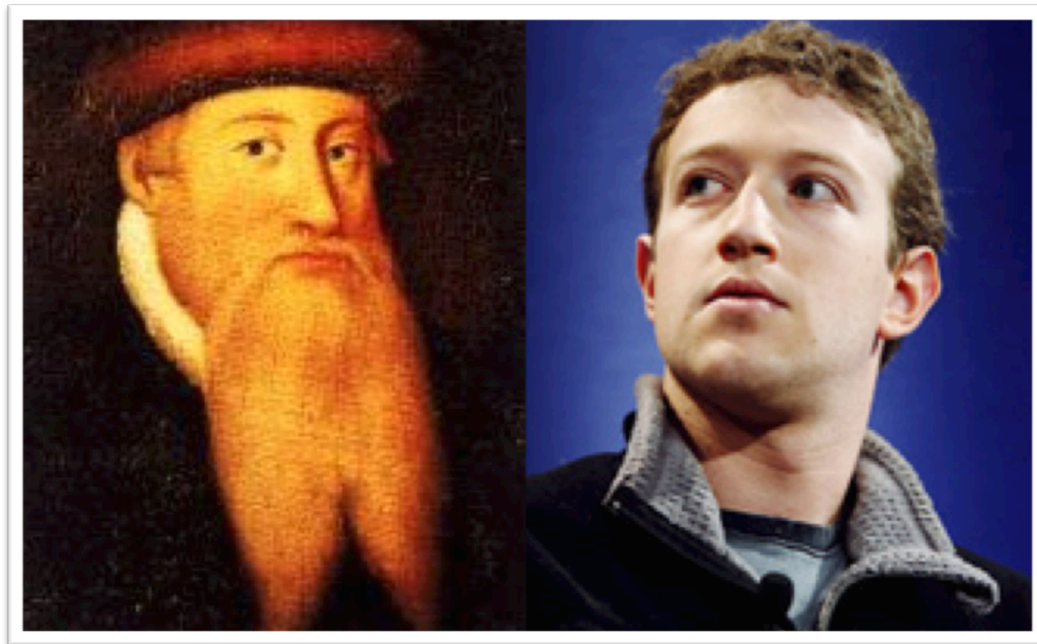
33

A vertical test tube filled with a bright pink liquid is the central focus. At its base, a dynamic splash of clear water is captured in mid-air, creating a complex, crystalline structure of droplets and foam. The background is a deep, solid black, which makes the pink and white elements stand out sharply. The lighting is dramatic, highlighting the textures of the liquid and the spray.

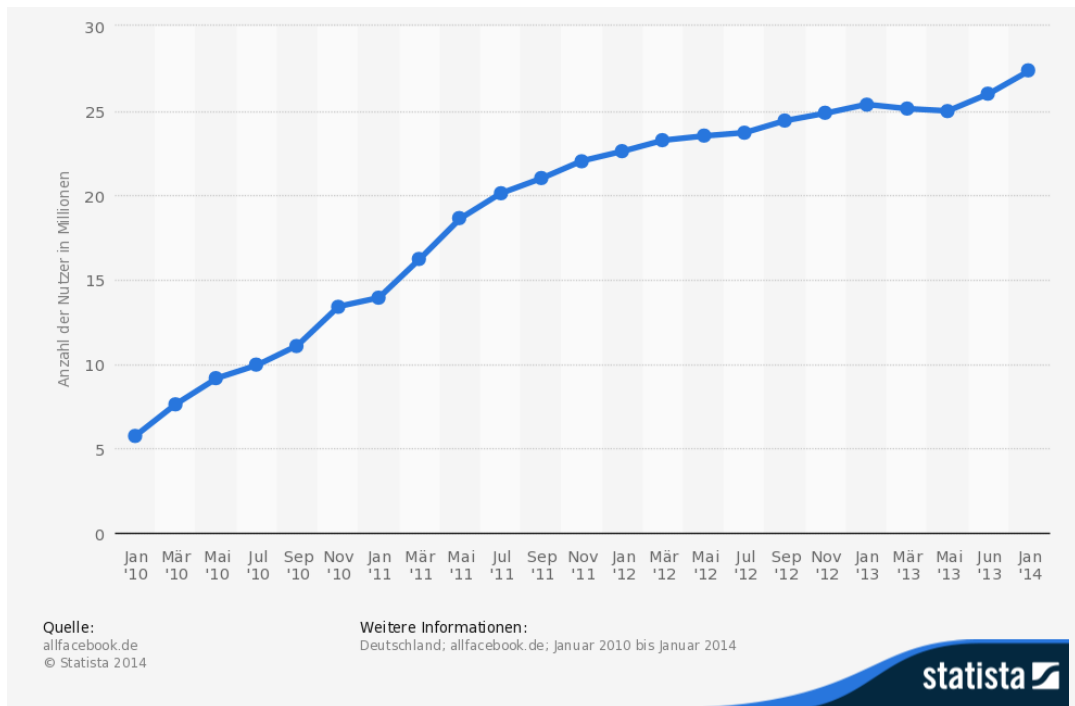
Kommunikation

Die richtige Mischung macht's

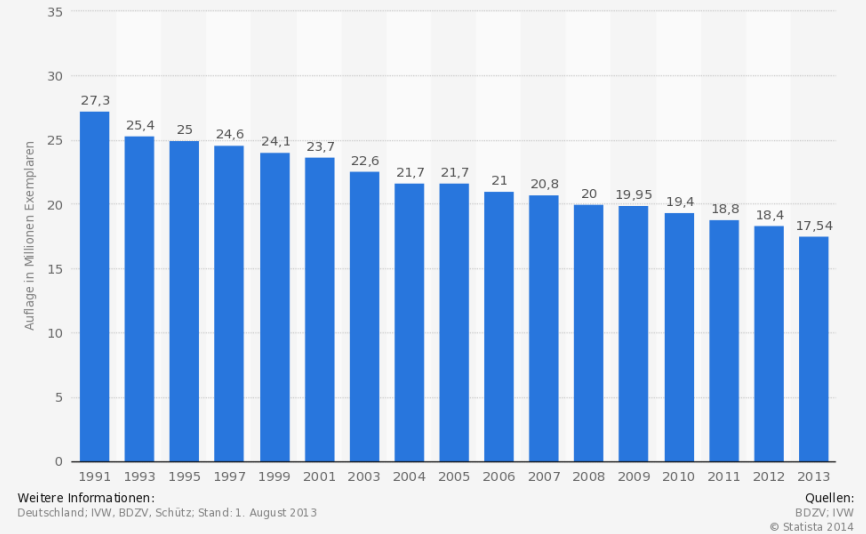
Von Gutenberg zu Zuckerberg



Entwicklung der Auflagen/User im Vergleich



Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland von 1991 bis 2013 (in Millionen Exemplaren)



Zur Erinnerung

Investitionsplanung

- 4 % des Umsatzes in die Stammkundenaktivierung
- 10 % des gewünschten Mehrumsatzes in die Neukundengewinnung

Werbewirkungsforschung

- **ca. 7 Kontakte notwendig**
- **„McDonalds-Strategie“ Aktionsbewerbung intensiv auf verschiedenen Kanälen**

- **Bereits jeder 10 Kunde besucht gezielt vor dem Einkauf die Website des Händlers**
- **Bereits jeder 6 Neukunde besucht gezielt vor dem Einkauf die Website des Händlers**

Kommunikationskanäle

Print	Online/Mobile	Out of Home	Hörfunk	TV/Kino	POS
Mailing	Website/ Landingpage	Großflächen	Spots	Spots	Schaufenster
Postwurf	App/ Newsletter	City-Lights	Kooperation	Kooperation	Banner
Anzeige	Google Places Social-Media	Reiter	Gewinnspiel	Event	Event
Beilage	Banner/ Remarketing	Big Prints			Gutscheine
Flyer	Netzwerke z. B. Kaufda				

Ein Key Visual verbindet

HOSEN RUNTER!
AB SOFORT BIS 19.10.2014

10€
für Ihre alte Hose beim Kauf einer Neuen!

rich&royal

DESCHLER

Maximilianstraße 58 · 87719 Mindelheim
Tel. 0826176740 · www.deschler.de

HOSEN RUNTER!
AB SOFORT BIS 19.10.2014

10€ für Ihre alte Hose beim Kauf einer Neuen!

rich&royal

DESCHLER

rich&royal

HOSEN RUNTER!
AB SOFORT BIS 19.10.2014

10€ für Ihre alte Hose beim Kauf einer Neuen!

rich&royal

FASHION-NEWS

Deschler
Gepostet von Simone Schreier · 28. September · Bearbeitet

Lassen Sie die Hosen runter, und profitieren Sie mehrfach:

Sie möchten sparen und gutes Tun, dann klicken Sie

1. Pro neu gekaufte Hose nehmen wir eine alte Hose in... Mehr anzeigen

HOSEN RUNTER!
AB SOFORT BIS 19.10.2014

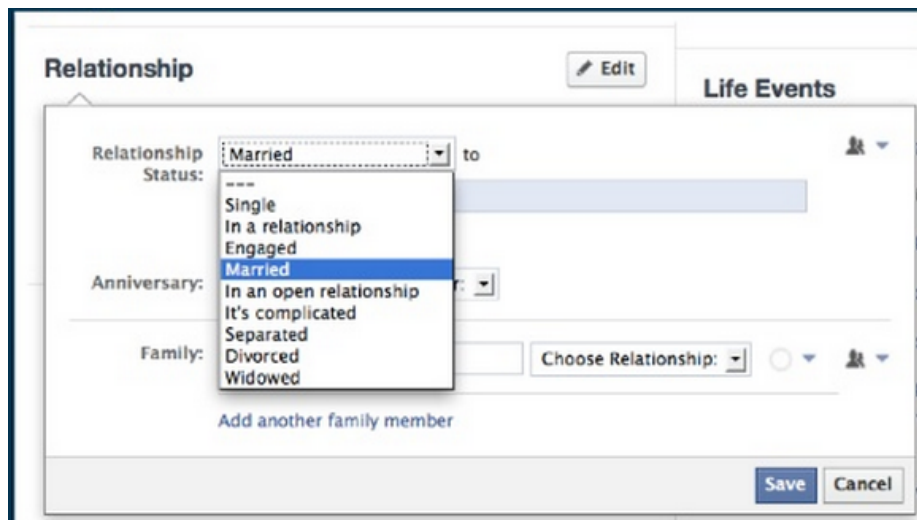
10€
für Ihre alte Hose beim Kauf einer Neuen!

rich&royal

8.000 erreichte Personen [Beitrag bewerben](#)

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen 46 2 2 geteilte Inhalte

21 % aller Facebook User beenden Ihre Beziehung via Facebook



The image shows a screenshot of the Facebook 'Relationship' status update interface. A dropdown menu is open, displaying various relationship status options. The 'Married' option is currently selected and highlighted in blue. The interface includes an 'Edit' button, a 'Life Events' tab, and a 'Choose Relationship' dropdown. The 'Relationship Status' field is currently set to 'Married'. The 'Anniversary' field is empty. The 'Family' section includes a 'Choose Relationship' dropdown and a radio button. The 'Add another family member' link is visible below the family section. The 'Save' and 'Cancel' buttons are at the bottom right.

Relationship Status: Married to [Person]

Anniversary: [Date]

Family: [Choose Relationship] [Radio Button] [Person]

Add another family member

Save Cancel

Der Konzern Facebook

REKORDGEWINN FÜR ZUCKERBERG

Mehr Nutzer, mehr Werbung, mehr Einnahmen

Aber macht Facebook noch richtig Spaß?



Mark Zuckerberg (29) und seine Mitgründer starteten Facebook im Februar 2004 in einem Studentenwohnheim der Elite-Uni Harvard. Damals war es noch eine Art digitales Jahrgangsbuch. Heute hat das soziale Netzwerk knapp 1,3 Milliarden Nutzer

Foto: dpa

ANZEIGE



GELD – MEISTGELESEN

- STEUERN & ABGABEN**
Die bittere Lohnabrechnung
- ++WIRTSCHAFTSTICKER++**
Massen-Rückruf reißt tiefes Loch bei GM
- HEUTE TAG DES BIERES!**
Warum wurde der Bierdeckel erfunden?
- ++WIRTSCHAFTSTICKER++**
Haribo bringt blaues Bärchen raus



- "20% der mobilen Onlinezeit wird auf FB verbracht,,
- „Die Diskussion um organische Reichweite ist müßig, User könnte zu jeder Zeit 1500 Meldungen angezeigt bekommen. Ziel ist Relevanz!“

EdgeRank

Facebook News Feed Algorithms

1. Stärke der Beziehung zwischen Absender und Empfänger
2. Gewichtung des Inhalts nach Interaktion
3. Vergangene Zeit seit Veröffentlichung

Checkliste für einen erfolgreichen Facebook-Auftritt

- 1 Nehmen Sie Ihre Page ernst und verhalten Sie sich professionell
- 2 Verbreiten Sie nicht nur, sondern interagieren Sie
- 3 Behandeln Sie Ihre Page wie eine Hotline
- 4 Optimieren Sie Ihre Antwortzeit und reagieren Sie schnell
- 5 „Personalisieren“ Sie Ihre Page
- 6 Nutzen Sie Ihren lokalen Einfluss und Ihre ortsbezogene Expertise
- 7 Nutzen Sie Sonderangebote weise - sie steigern die Reichweite, stärken aber nicht die Bindung
- 8 Lassen Sie Ihre Fans Teil des Marketing-Teams sein
- 9 Integrieren Sie Facebook in den Marketing-Mix
- 10 Bewerten Sie die Anzahl der Fans nicht über



TNS Infratest
AllFacebook Marketing Conference
©TNS 2014



Damit klappt es:

The collage consists of four main images: 1. Top-left: A black and white photo of hands clasped together, with a white box containing a social media icon and the text 'Soziale Trigger'. 2. Top-right: A color photo of three people sitting on a bench outdoors, with the text 'Mutter schafft.' above them. 3. Bottom-left: A color photo of a brown teddy bear with a white pregnancy test stick in its mouth. 4. Bottom-right: A map of Munich, Germany, with a white information box for 'Eltern-Kind-Programm e.V.' listing activities like 'Vorträge und Werkkurse' and 'Freie Kreativität in Eltern-Kind-Gruppen'.

Soziale Trigger

Mutter schafft.

Identität

Interesse

Umstände

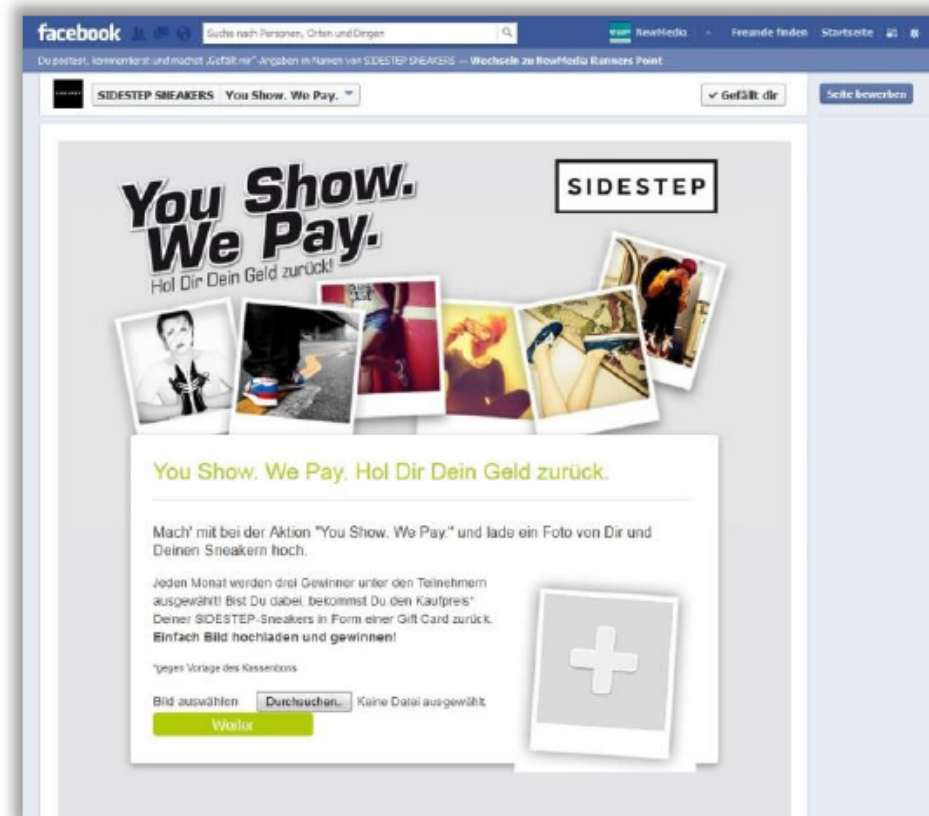
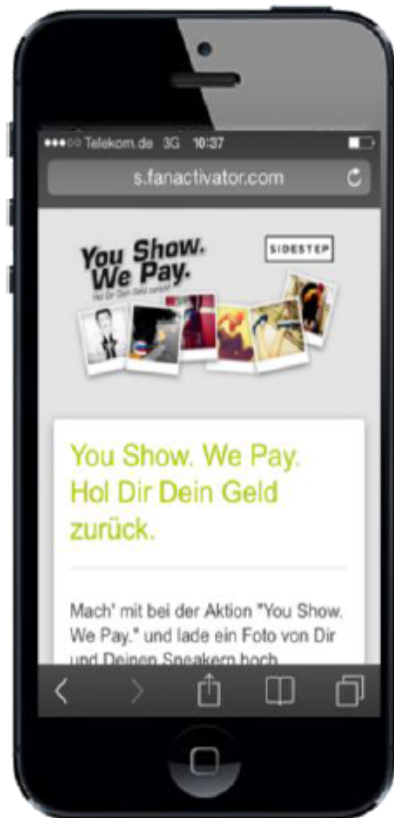
Lokale Nähe

Eltern-Kind-Programm e.V.
14.00-17.00, Vorträge und Werkkurse
Stockdorf, Freie Kreativität in Eltern-Kind-Gruppen und in der Kinderbetreuung - Raum geben, wahrnehmen, fördern ... elkp.de

A row of four incandescent light bulbs is shown against a bright yellow background. The central bulb is missing its top, creating a white, glowing void. The other three bulbs are intact and have a warm, yellowish glow. A semi-transparent white rectangular box is overlaid on the bottom half of the image, containing the text.

Best Practice
Inspirationen für Post's

Inspiration



Inspiration
POS und FB verbinden

Local



Product



Inspiration POS und FB verbinden



Inspiration Integration von Kunden mit Anreiz

50 Jahre STAMMEL Modehaus Stammel Mindelheim
26. April

Style des Monats:

Ben und Kristin haben sich chic gemacht für die Hochzeitssaison. Ben im dunkelbraunen Anzug von CG mit Olymp Level5 Hemd und Kristin im Comma Kleid mit Zero Blazer und Passigatti Schal.

Das farblich abgestimmte "Darunter" ist von Chantelle.

Gefallen Euch die Looks? Dann schnell liken! Bei 50 Likes bekommen Kristin und Ben einen 50€ Gutschein. — mit Ben Schnitzler.



STAMMEL
Mindelheim / Stadtmite

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen 58 2

50 Jahre STAMMEL Modehaus Stammel Mindelheim
23. August

Style des Monats

Nachdem wir Schlussverkaufsbedingt im Juli ausgesetzt haben zeigt euch Vanessa jetzt das Modethema des Herbstes. Der Grunge-Style ist zurück. Rockige Jeans, kerniges Leder und alles am liebsten in Rot/Schwarz Kombinationen.

Der Herbst rockt.

Gefallen Euch die Looks? Dann schnell liken! Bei 50 Likes bekommt Vanessa einen 50€ Gutschein. — mit Vanessa Ledermann.



STAMMEL
Mindelheim / Stadtmite

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Susanne Müller, Carina Wagner, Melanie Britsch und 112 anderen gefällt das.

Zeitgeist Trostberg
Gepostet von Na Lee · 23. August

Liebling aller Herbstkollektionen! ❤️

Fellwesten sind DAS Highlight eines jeden Outfits' im Herbst! Kombiniert über Blusen, Shirts oder Cardigans runden sie jeden Look ab & sind auch noch kuschlig warm! 😊

Kommt also schnell vorbei & holt euch dieses MUST HAVE! Wir freuen uns auf euch! 😊 — mit Na Lee und 5 weiteren Personen.



Gefällt mir · Kommentieren · Teilen 1mal geteilt

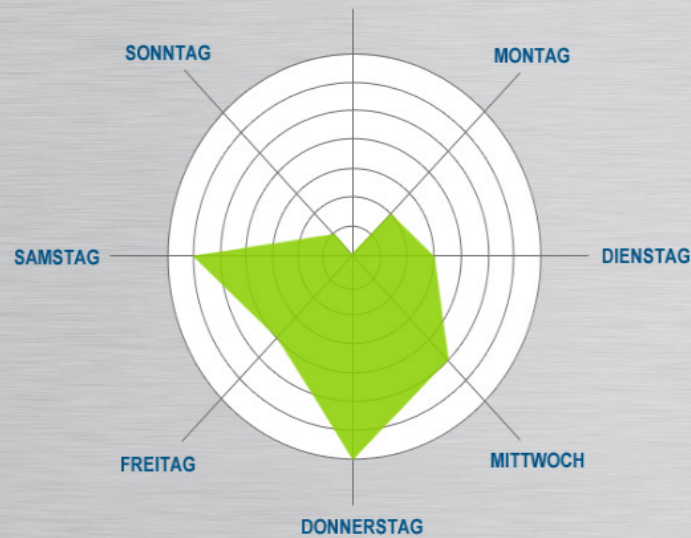
Wirtschaftsverband Trostberg - BdS Ortsverband Trostberg, Talle Froh, Regina Hurnaus und 42 anderen gefällt das.

Schreibe einen Kommentar ...

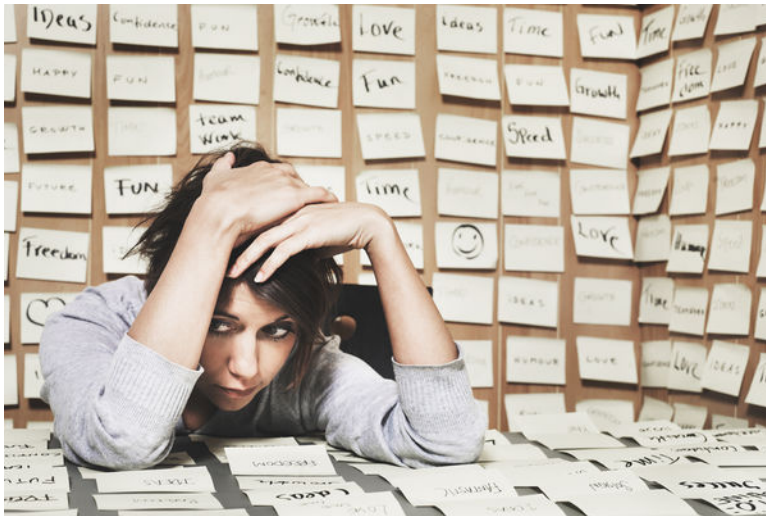
Zeiten zum Posten

#3 BEKLEIDUNGSINDUSTRIE

Mit fortschreitender Woche erhöhen sich auch die Interaktionsraten. Die Höchsten werden in der Bekleidungsindustrie am Donnerstag erreicht. An diesem Tag sind die Interaktionsraten 13% höher als sonst.



Häufigkeit der Posts



Wie oft soll man posten?

- Nur wenn es Informationen für den Kunden gibt, im ideallfall mit Mehrwert.
- Mindestens 1x pro Woche
- Ideal 2-3x pro Woche

Gewinnspiele



Beispiel Teilnahmebedingungen

Die XY Fanpage muss geliked werden. Das Gewinnspiel startet am **XX.0X.20XX** und endet am **XX.0X.20XX**. Wir verlosen unter allen Likes für die XY-Seite in diesem Zeitraum **einen 50-Euro-Gutschein**. Die Gewinner werden auf Facebook bekannt gegeben. Die Rückmeldung der Gewinner muss bis zum **XX.XX.20XX** bei **Deschler in der Maximilianstraße 58 in Mindelheim** erfolgen, andernfalls wird ein/e neue/r Gewinner/in gelost. Teilnahmeberechtigt sind **Personen ab 14 Jahren**. Minderjährige dürfen nur mit dem Einverständnis der Erziehungsberechtigten teilnehmen und den Gewinn entgegennehmen. Eine Barauszahlung ist nicht möglich. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Facebook steht in keinerlei Verbindung mit diesem Gewinnspiel!

Alle rotmarkierten Bereiche müssen für die jeweilige Fanpage individualisiert werden.



Facebook Ads

Reichweite steigern

Wie viel Text darf das Bild in meiner Werbeanzeige enthalten?

Bilder in einer Werbeanzeigen können Text enthalten. Die Bilder dürfen jedoch nicht mehr als 20 % Text enthalten. Auf diese Weise soll sichergestellt werden, dass die Nutzer nur qualitativ hochwertige Inhalte in ihren Neuigkeiten sehen.

<https://de-de.facebook.com/help/468870969814641>



1. Gehe zur Gitterfunktion.

2. Klicke auf „Browsen“, um ein Bild hochzuladen, das du in deiner Werbeanzeige verwenden möchtest.

3. Klicke auf „Raster anzeigen“, um das Bild im 5-x-5-Raster darzustellen.

4. Klicke auf die Felder, die Text enthalten. Wenn Text in 6 oder mehr Feldern vorhanden ist, befinden sich im Bild höchstwahrscheinlich mehr als 20 % Text, weshalb es für die Verwendung in einer Werbeanzeige in den Neuigkeiten nicht zulässig wäre.

5. Wenn dein Bild mehr als 20 % Text enthält, kannst du deine Werbeanzeige bearbeiten.

Werbeanzeigen erstellen

The screenshot shows the Facebook Ads creation process. At the top, there is a search bar with the text 'Suche nach Personen, Orten und Dingen' and a search icon. To the right, the user's name 'Simone' and 'Startseite 19' are visible. Below the search bar, the text 'Wirb auf Facebook' is displayed on the left, and 'Hilfe: Ein Ziel auswählen' is on the right. The main heading is 'Welche Art von Ergebnissen möchtest du für deine Werbeanzeige erhalten?'. A list of ad objectives is shown, with several items circled in orange: 'Interaktion mit Seitenbeiträgen', '„Gefällt mir“-Angaben für eine Seite', 'In Anspruch genommene Angebote', and 'Videoaufrufe'. Other objectives include 'Klicks auf die Webseite', 'Webseiten-Conversions', 'App-Installationen', 'Interaktionen mit der App', and 'Antworten auf eine Veranstaltungsei...'. At the bottom, there is a footer with links: 'Über uns', 'Werbeanzeige erstellen', 'Seite erstellen', 'Entwickler', 'Karrieren', 'Datenschutz', 'Cookies', 'Impressum/Nutzungsbedingungen', and 'Hilfe'. Below the footer, it says 'Facebook © 2014 · Deutsch'.

Art der Anzeige auswählen.

Besonders interessant für den Einzelhandel:

1. Interaktion mit Seitenbeiträgen
2. In Anspruch genommene Angebote
3. Gefällt mir Angaben für eine Seite
4. Videoaufrufe



Löning

Kontakt schafft Nähe

Standort



Lingen/Ems

die größte Stadt im Emsland

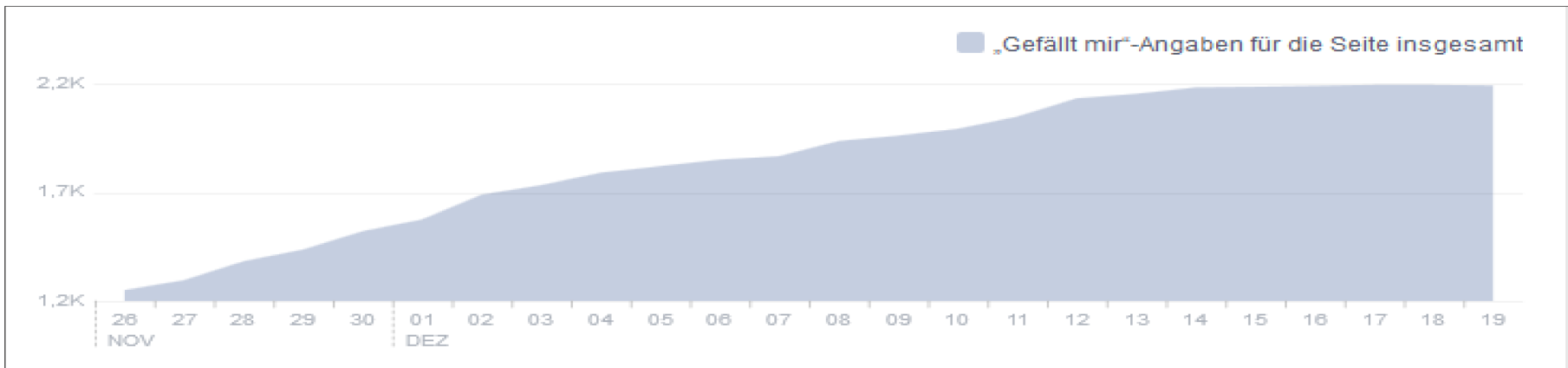
Einwohnerzahl: 56.400
Einwohner

Kaufkraftkennziffer: 99,57
(2005)

Zentralität: von
143

Nächste größere Städte im Umkreis von 1 Std: **Münster und Osnabrück**

Jubiläums-Aktion




Verlauf der „Gefällt mir“-Angaben während der Jubiläumsaktion

Bewerbung des Gewinnspiels auf der Fanpage von Löning Mode

Beitragsdetails

LÖNING **Löning Mode**
 FACEBOOK-Jubiläums-GEWINNSPIEL
 Du möchtest einen von 10 Shoppinggutscheinen im Wert von 150€ von LÖNING gewinnen!? Dann like dieses Posting UND unsere Fanpage www.facebook.com/loeningmode und beantworte alle zwei Tage die Fragen richtig und schon bist du im Lostopf. Ab morgen starten wir mit der ersten Frage!
 Teilnahmebedingungen:
 Das Gewinnspiel und die LÖNING Fanpage muss geliked werden...
 Mehr anzeigen



vor etwa 3 Monaten

Gefällt mir Kommentieren Teilen

271 „Gefällt mir“-Angaben 2 Kommentare 13x geteilt

7.632 Personen haben diesen Beitrag gesehen

Start des Gewinnspiels: 286 „Gefällt mir“-Angaben

286
 „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte

VON DEINER SEITE UND BEITRÄGEN		
271	2	13
„Gefällt mir“-Angaben	Kommentare	Geteilt

VON „GEFÄLLT MIR“-ANGABEN, KOMMENTAREN & GETEILTEN INHALTEN		
0	0	0
„Gefällt mir“-Angaben	Kommentare	Geteilt

INSGESAMT		
271	2	13
„Gefällt mir“-Angaben	Kommentare	Geteilt

0	Klicks auf Beiträge	
0	0	0
Fotoaufrufe	Klicks auf Links	Andere Klicks

NEGATIVES FEEDBACK

<input type="checkbox"/> Beitrag verbergen	<input type="checkbox"/> Alle Beiträge verbergen
<input type="checkbox"/> Als Spam melden	<input type="checkbox"/> Seite gefällt mir nicht mehr

286
 „Gefällt mir“-Angaben, |

Bewerbung des Gewinnspiels auf der Fanpage von Trendhouse

Beitragsdetails

Simone Schreier und Ramona Seibold gefällt Trendhouse
by Löning - Lingen Seite gefällt mir Verbergen

Trendhouse by Löning - Lingen hat **Löning Modes** Foto geteilt.
**Wir feiern 315 Jahre Löning & wir als Trendhouse feiern mit!! Da ihr sicherlich auch einen 150€ Gutschein gewinnen wollt, geht auf die Fanpage von Löning. Dieses Gewinnspiel findet nur auf dieser Seite statt. Wir halten euch logisch auf dem laufenden!! Ab geht die Post zum Jubiläums Spielt!! Viel Glück -)

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=645968988783833&set=a.176202512426152.37321.162495617130175&type=1&theater>

LÖNING Löning Mode
vor etwa 3 Monaten

FACEBOOK-Jubiläums-GEWINNSPIEL
Du möchtest einen von 10 Shoppinggutscheinen im Wert von 150€ von LÖNING gewinnen? Dann like dieses Posting UND unsere Fanpage www.facebook.com/loeningmode und beantworte alle zwei Tage die Fragen richtig und schon bist du im Lostopf. Ab morgen starten wir mit der ersten Frage!

Teilnahmebedingungen:
Das Gewinnspiel und die LÖNING Fanpage muss geliked werden....
[Mehr anzeigen](#)

vor etwa 3 Monaten

Gefällt mir Kommentieren Teilen 64 „Gefällt mir“-Angaben

10.196 Personen haben diesen Beitrag gesehen Beitrag bewerben

10.196 Erreichte Nutzer

08 „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte

VON DEINER SEITE UND BEITRÄGEN		
64	0	0
„Gefällt mir“-Angaben	Kommentare	Geteilt

VON „GEFÄLLT MIR“-ANGABEN, KOMMENTAREN & GETEILTEN INHALTEN		
4	0	0
„Gefällt mir“-Angaben	Kommentare	Geteilt

INSGESAMT

68	0	0
„Gefällt mir“-Angaben	Kommentare	Geteilt

313 Klicks auf Beiträge

51	18	244
Fotauufrufe	Klicks auf Links	Andere Klicks

NEGATIVES FEEDBACK

0	0
Beitrag verbergen	Alle Beiträge verbergen
0	0
Als Spam melden	Seite gefällt mir nicht mehr

10.196 Erreichte Nutzer


Start des Gewinnspiels: 10.196 Erreichte Nutzer

Posting der fünften Gewinnspielfrage auf Löning Mode

Beitragsdetails

Löning Mode
 FRAGE 5: ***FACEBOOK-Jubiläums-GEWINNSPIEL***
 Für die Umwelt haben wir auf Papiertaschen umgestellt! Welche Farbe hat unsere neue Löning Tüte? Antworte einfach als Kommentar, like das Bild UND unsere Fanpage!

Du willst den 5. ten von 10 Shoppinggutscheinen im Wert von 150€ von LÖNING gewinnen!? Dann like dieses Posting UND unsere Fanpage www.facebook.com/loeningmode und beantworte diese Frage ... Mehr anzeigen



vor etwa 3 Monaten

Gefällt mir Kommentieren Teilen

617 „Gefällt mir“-Angaben 710 Kommentare 30x geteilt

23.384 Personen haben diesen Beitrag gesehen

Beitrag bewerten

1.357 „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte

VON DEINER SEITE UND BEITRÄGEN		
617	710	30
„Gefällt mir“-Angaben	Kommentare	Geteilt

VON „GEFÄLLT MIR“-ANGABEN, KOMMENTAREN & GETEILTEN INHALTEN		
0	0	0
„Gefällt mir“-Angaben	Kommentare	Geteilt

INSGESAMT

617	710	30
„Gefällt mir“-Angaben	Kommentare	Geteilt

0 Klicks auf Beiträge

0	0	0
Fotoaufrufe	Klicks auf Links	Andere Klicks

NEGATIVES FEEDBACK

- Beitrag verbergen
- Alle Beiträge verbergen
- Als Spam melden
- Seite gefällt mir nicht mehr

1.357
 „Gefällt mir“-Angaben,

+ 45%


Erhöhung der „Gefällt mir“-Angaben zu den Gewinnspielfragen um 45%
 Im Vergleich zur 1. Gewinnspielfrage

Posting der neunten Gewinnspielfrage auf Löning Mode

Beitragsdetails

LÖNING

Löning Mode
 FRAGE 9: ***FACEBOOK-Jubiläums-GEWINNSPIEL***
 Wie heißen unsere Hipp Taschen mit dem großen Anhänger? Antworte einfach als Kommentar, like das Bild UND unsere Fanpage!
 Du willst den 9.ten von 10 Shoppinggutscheinen im Wert von 150€ von LÖNING gewinnen!? Dann like dieses Posting UND unsere Fanpage www.facebook.com/loeningmode und beantworte diese Frage richtig mit einem Kommentar. Vor der näch... Mehr anzeigen



vor etwa 3 Monaten

Gefällt mir **Komentieren** **Teilen**

846 „Gefällt mir“-Angaben 926 Kommentare 52x geteilt

27.632 Personen haben diesen Beitrag gesehen **Beitrag bewerben**

1.824
 „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte

VON DEINER SEITE UND BEITRÄGEN		
846 „Gefällt mir“-Angaben	926 Kommentare	52 Geteilt

VON „GEFÄLLT MIR“-ANGABEN, KOMMENTAREN & GETEILTEN INHALTEN		
0 „Gefällt mir“-Angaben	0 Kommentare	0 Geteilt

INSGESAMT
 846 „Gefällt mir“-Angaben 926 Kommentare 52 Geteilt

0 Klicks auf Beiträge

0 Fotoaufrufe	0 Klicks auf Links	0 Andere Klicks
---------------	--------------------	-----------------

NEGATIVES FEEDBACK

0 Beitrag verbergen	0 Alle Beiträge verbergen
0 Als Spam melden	0 Seite gefällt mir nicht mehr

1.824
 „Gefällt mir“-Angaben,

+95%

Erhöhung der „Gefällt mir“-Angaben zu den Gewinnspielfragen um 95%
 Im Vergleich zur 1. Gewinnspielfrage

Löning Mode: Vergleich Posting „Bewerbung des Gewinnspiels“ mit Posting „Ende des Gewinnspiels“

Beitragsdetails

LÖNING

Löning Mode
 FACEBOOK-Jubiläums-GEWINNSPIEL
 Du möchtest einen von 10 Shoppinggutscheinen im Wert von 150€ von LÖNING gewinnen!? Dann like dieses Posting UND unsere Fanpage www.facebook.com/loeningmode und beantworte alle zwei Tage die Fragen richtig und schon bist du im Lostopf. Ab morgen starten wir mit der ersten Frage!
 Teilnahmebedingungen:
 Das Gewinnspiel und die LÖNING Fanpage muss geliked werden...
[Mehr anzeigen](#)

vor etwa 3 Monaten

Gefällt mir Kommentieren Teilen

271 „Gefällt mir“-Angaben 2 Kommentare 13x geteilt

7.632 Personen haben diesen Beitrag gesehen

Beitrag bewerben

7.632 Personen haben diesen Beitrag gesehen

Beitragsdetails

LÖNING

Löning Mode
 Herzlichen Dank an alle, die mit uns ein grandioses Jubiläum gefeiert haben. Ihr habt so fleißig bei jeder Frage mitgemacht, das wir total begeistert waren. ALLE die unser Jubi-Gewinnspiel mitgespielt haben sind GEWINNER. Deshalb haben wir für EUCH kostenlos einen super coolen Lippgloss in zwei Farben mit LED Beleuchtung. Kommt zu Löning in die Burgstraße und holt ihn euch ab!! Aber nur solange der Vorrat reicht 😊

vor etwa 2 Monaten

Gefällt mir Kommentieren Teilen

69 „Gefällt mir“-Angaben 1 Kommentar 1x geteilt

19.624 Personen haben diesen Beitrag gesehen

Beitrag bewerben

19.624 Personen haben diesen Beitrag gesehen





+12.000

Schuhaktion

Beitragsdetails

LÖNING

Löning Mode hat 9 neue Fotos hinzugefügt.
Schuhe die schönste Nebensache der Welt!
Wir haben so viele coole Schuhe bei uns im Haus, das wir uns nur schwer entscheiden konnten welche wir euch zeigen!
Welcher gefällt euch am besten?



Gepostet von Jürgen Stöcker [?] · vor etwa einem Monat

Gefällt mir **Kommentieren** **Teilen**

113 „Gefällt mir“-Angaben **26 Kommentare**

105.824 Personen haben diesen Beitrag gesehen

[Beitrag bewerben](#)

105.824 Erreichte Nutzer

155 „Gefällt mir“-Angaben, Kommentare und geteilte Inhalte

VON DEINER SEITE UND BEITRÄGEN

113	26	0
„Gefällt mir“-Angaben	Kommentare	Geteilt

VON „GEFÄLLT MIR“-ANGABEN, KOMMENTAREN & GETEILTEN INHALTEN

14	2	0
„Gefällt mir“-Angaben	Kommentare	Geteilt

INSGESAMT

127	28	0
„Gefällt mir“-Angaben	Kommentare	Geteilt

4.227 Klicks auf Beiträge

2.773	3	1.451
Fotobesuche	Klicks auf Links	Andere Klicks

NEGATIVES FEEDBACK

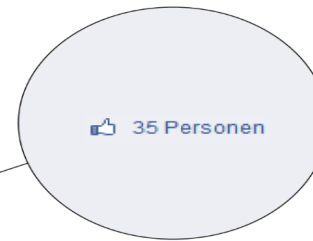
0	0
Beitrag verbergen	Alle Beiträge verbergen

0	0
Als Spam melden	Seite gefällt mir nicht mehr

105.824
Erreichte Nutzer

26 Kommentare

Schuhaktion



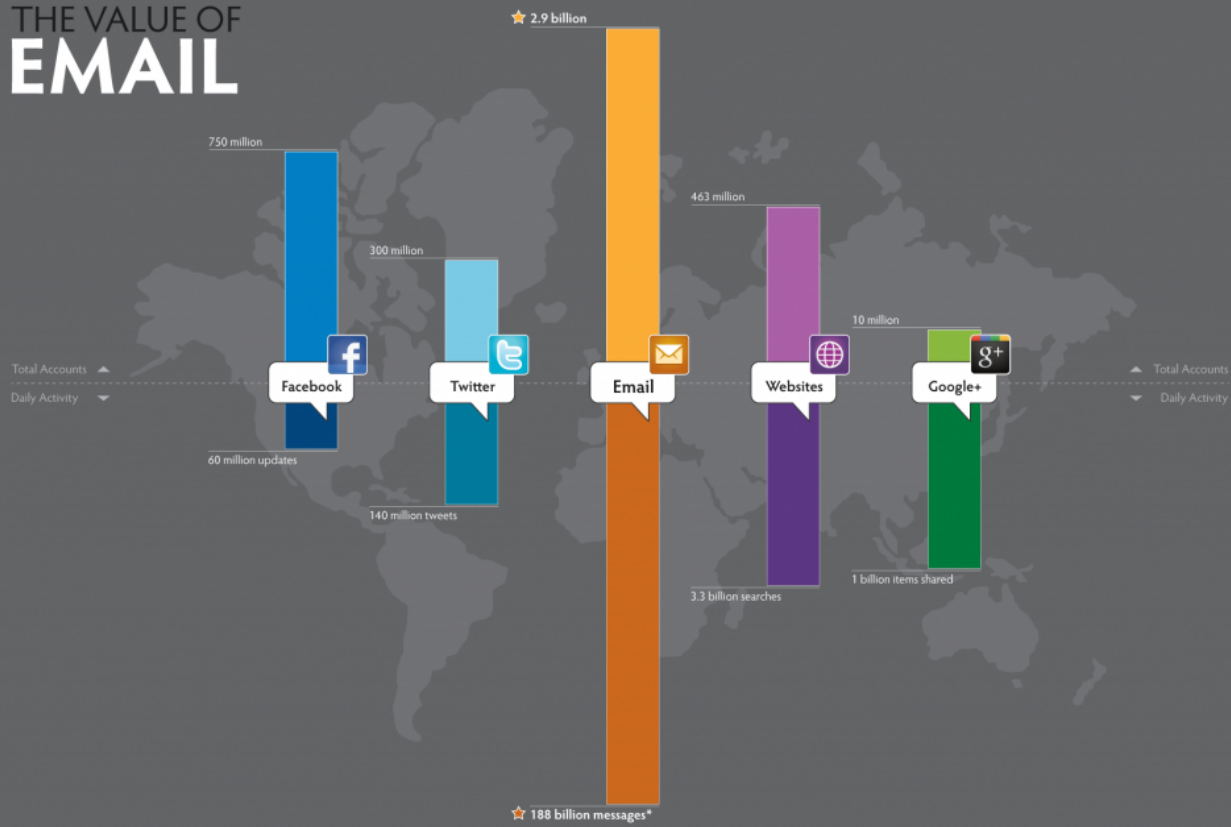
Schuh 1 und 2, von insgesamt 8 Schuhen



Newsletter

Vom E-Mail-Fluch zum E-Mail-Mut.

THE VALUE OF EMAIL



Fluch

GloboMeter
Die Welt in Zahlen

Startseite Bevölkerung Kriminalität Umwelt Gesundheit Ernährung Gesellschaft

WIE VIELE EMAILS WERDEN WELTWEIT VERSCHICKT?

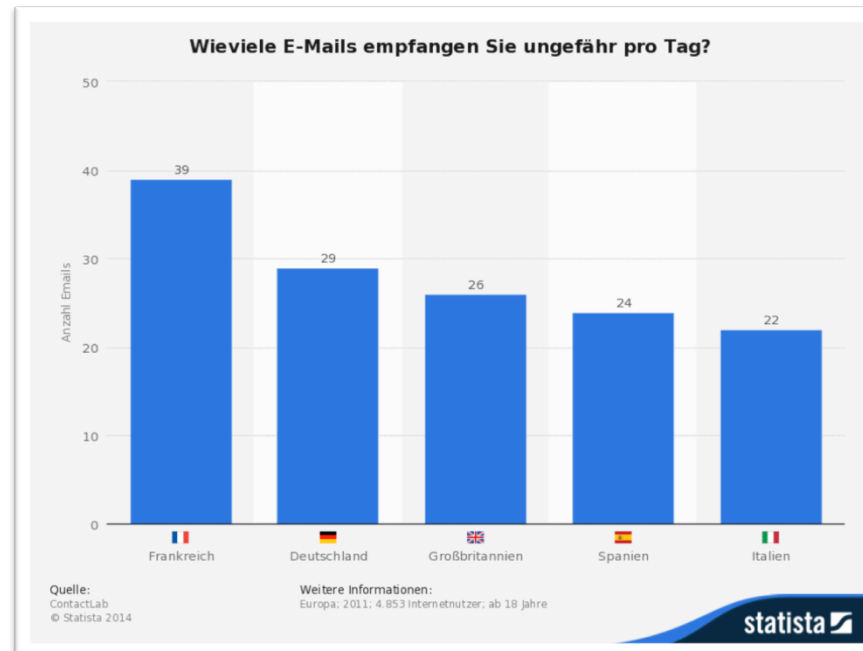
f J'aime 1 680 personnes aiment ça. Soyez le premier de vos amis.

Zahl der weltweit verschickten Emails
Seit Jahresbeginn: **37 209 368 440 928**
Seit Ihrer Anmeldung: **205 841 386**

Pro Sekunde werden auf der Welt mehr als 3,7 Millionen Emails verschickt, das sind mehr als 117 480 Milliarden pro Jahr, davon sind 75% Spams.

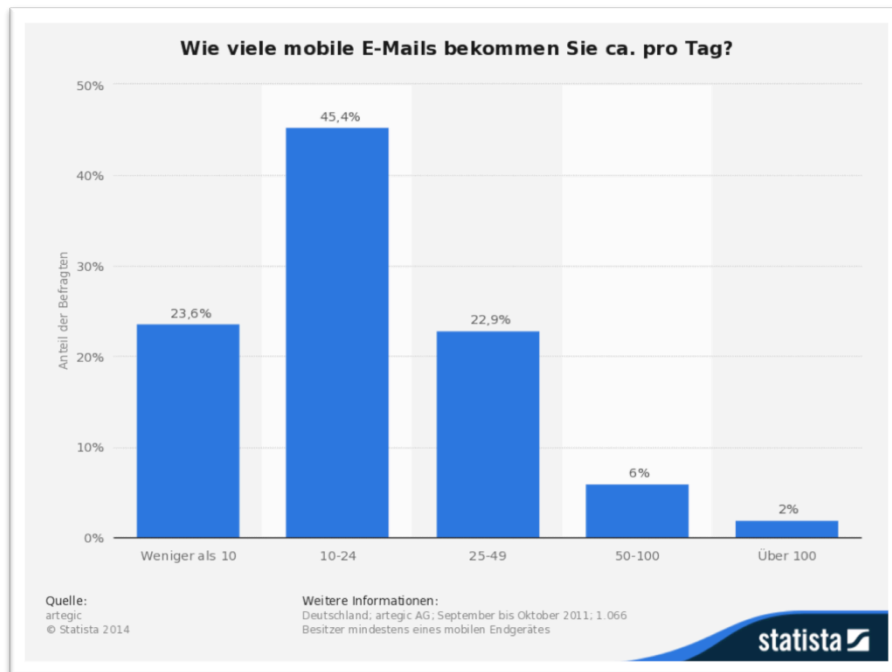
Quelle: Radicati.com

Emails verschickt
Laut Radicati erhält jeder Internetnutzer durchschnittlich 74 Emails pro Tag, davon 13 nicht gewollte. 75 % der Emails sind private Mails, der Rest geschäftliche Mails. Die Mehrheit der heute existierenden 2,9 Milliarden Mailkonten ist kostenlos. Bis 2014 rechnet man mit 3,8 Milliarden Mailkonten.

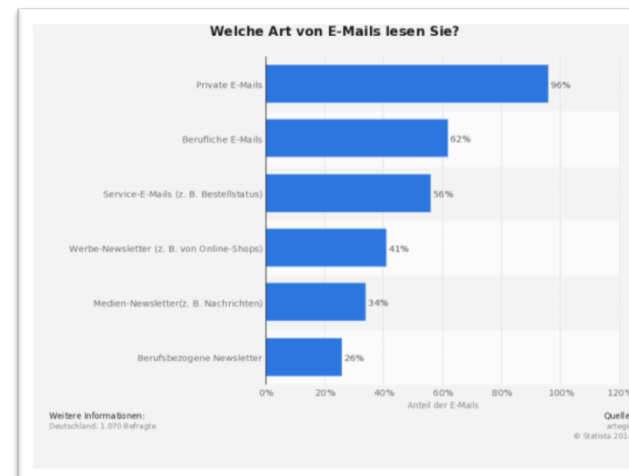


<http://de.globometer.com/internet.php>

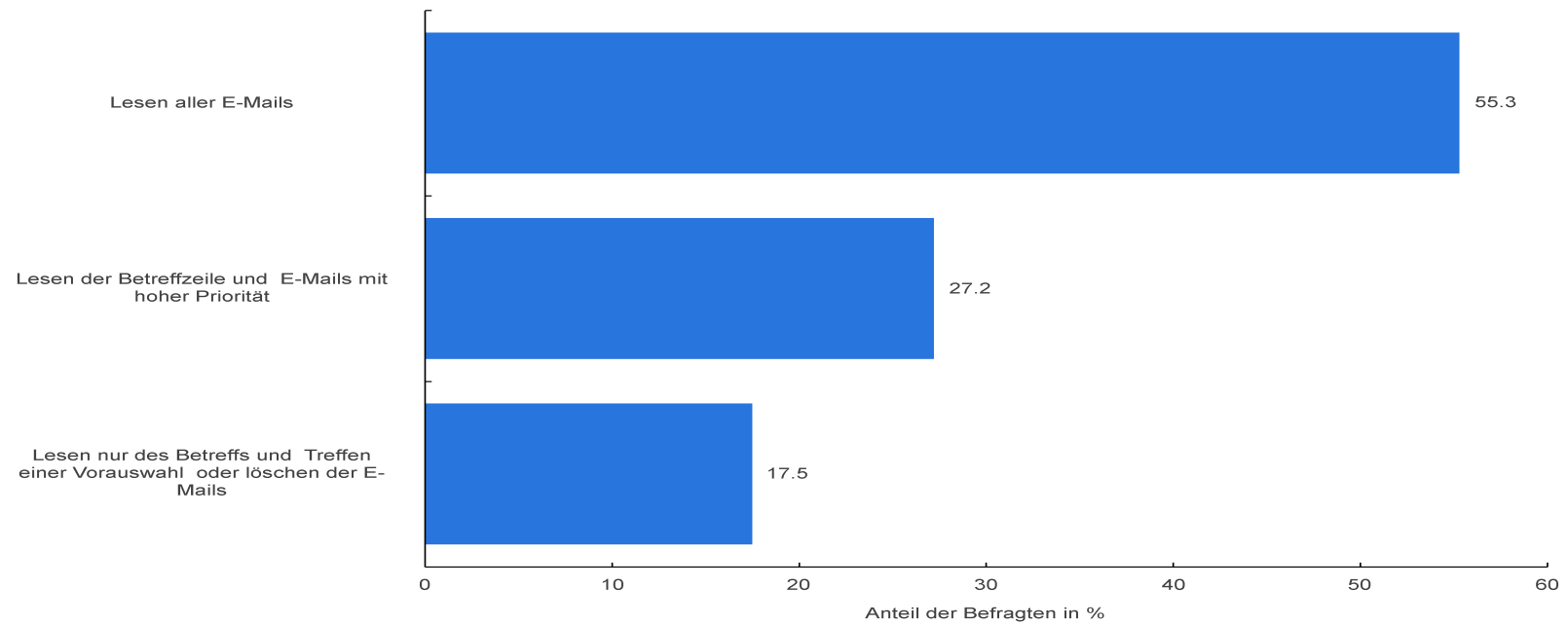
oder Segen?



- Durchschnittlich 216 Minuten TV-Nutzung pro Tag, davon 43 Minuten Werbung = ca. 80 Spots
- Durchschnittlich 200 Minuten Radio pro Tag, davon 39 Minuten Werbung = ca. 75 Spots

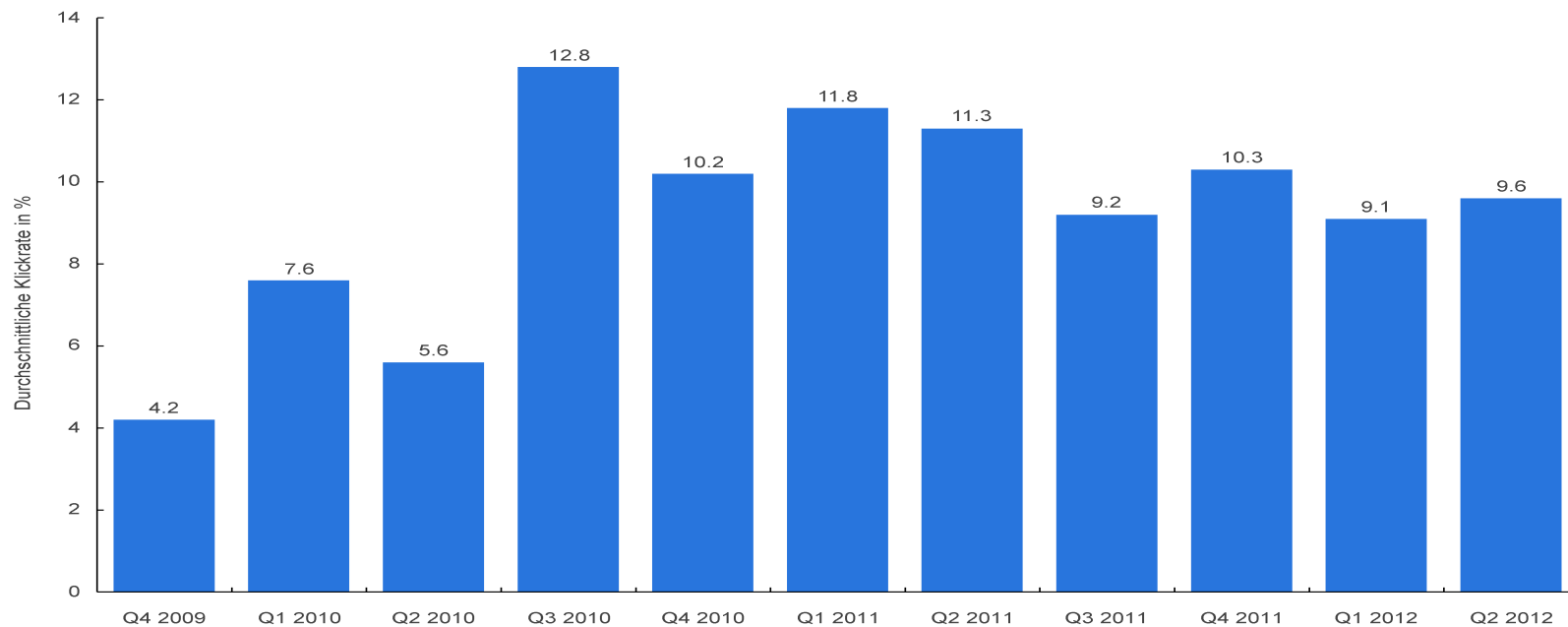


Welchen Teil der E-Mail lesen Sie?



Quelle: artagic, E-Mail-Marketing 2012, Seite 39

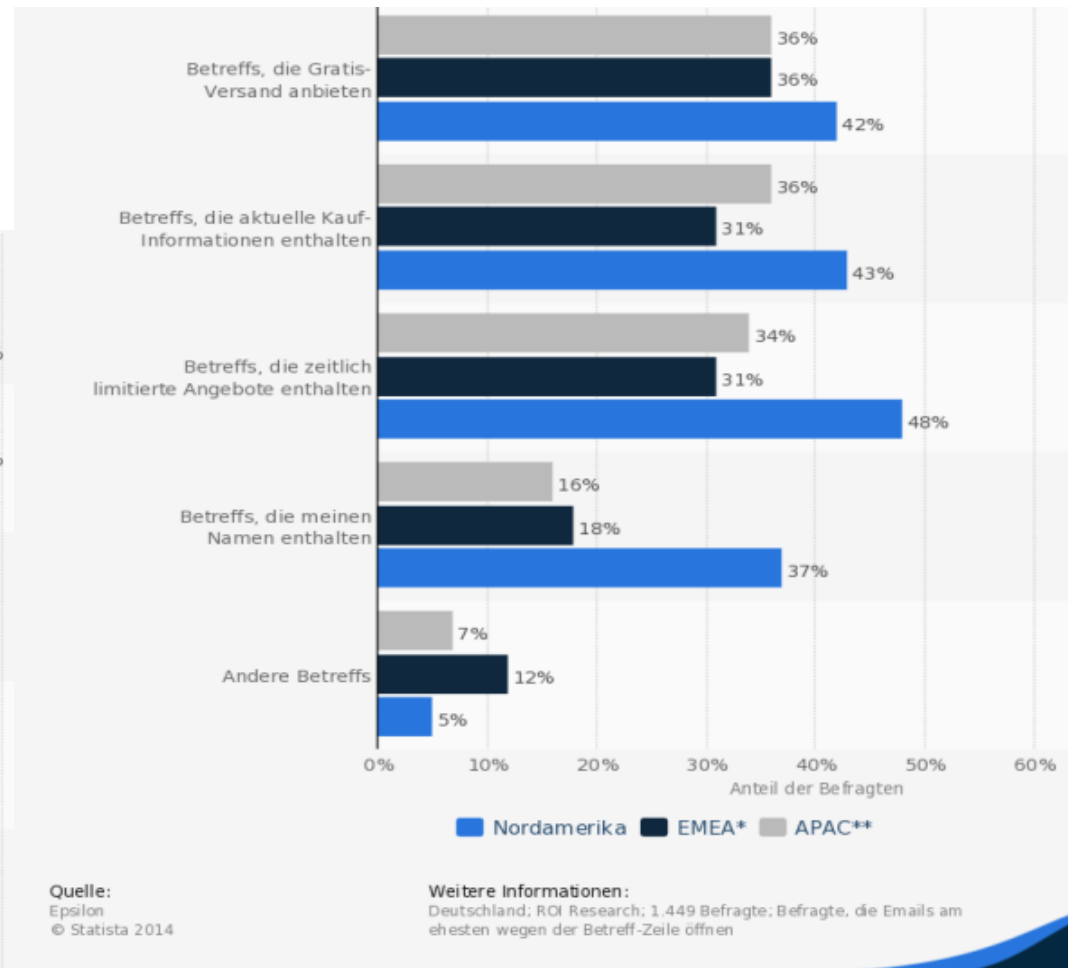
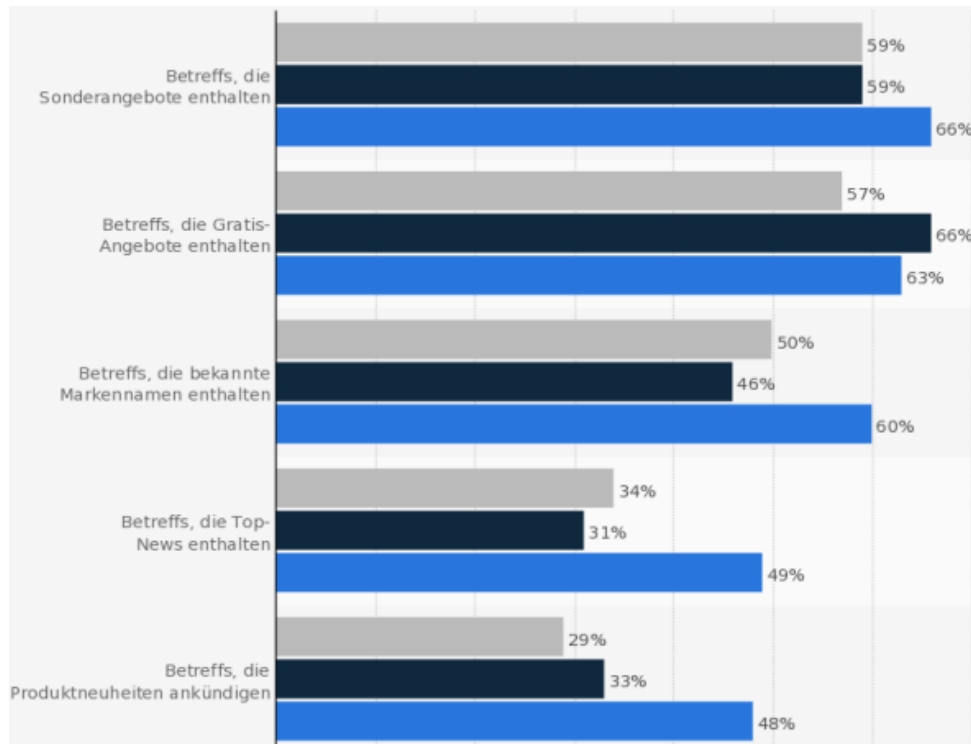
Durchschnittliche Klickrate von E-Mail-Marketing-Kampagnen in Deutschland



Die Klickrate ist eine Kennzahl im Bereich Internet-Marketing, welche die Anzahl der Klicks auf Werbebanner oder Sponsorenlinks im Verhältnis zu den gesamten Impressionen darstellt. Wird eine Werbung hundertmal angezeigt und dabei einmal angeklickt, beträgt die Klickrate 1 %.

Quelle: BVDW, bvdw.org

Welcher Betreff an Werbe-Mails wird geöffnet?



Den Sie wissen was Sie tun: DISTANZHANDEL

- Personalisiert
- Zeitpunkt genau steuern

- Je größer die Verteilerliste desto größer der Erfolg
- Je häufiger Sie versenden desto größer ist der Erfolg
- Die Öffnungsrate zeigt nicht den Erfolg

- **KONTAKT SCHAFFT NÄHE**





Website

Oder wie begrüßen Sie Ihre Kunden?

Unvorstellbare Möglichkeiten



"Es gibt keinen Grund dafür, dass jemand einen Computer zu Hause haben wollte..", Ken Olson, Präsident von Digital Equipment Corp., 1977



"Ich denke, dass es einen Weltmarkt für vielleicht fünf Computer gibt.", Thomas Watson, CEO von IBM



"640Kb sollten genug für jeden sein..", Bill Gates, 1981



Website ist Ihr Showroom im Netz

- e-Kommunikation ist Ihr Schaufenster im Netz.
- e-Kommunikation ist Ihre On-Line-Ladentheke.
- e-Kommunikation ist ein Bestandteil des Visual Merchandising.

ERSTMALKUCKEN

Schritte zum Erfolg

- Fehlerfreie, aktuelle Programmierung
- Responsive Design der Website
- Usability-Forschung berücksichtigen
- Suchmaschinen-Optimierung

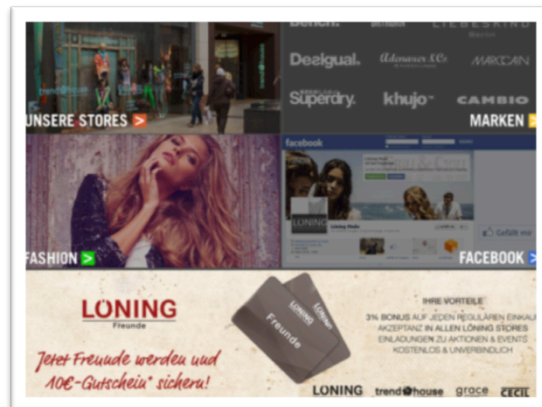
- Inhalte zahlen sich aus, Content = König
- Aktualität ist Pflicht für Kunden und Google
- Verknüpfung mit den relevanten Social-Media-Kanälen
- Integration aller Werbemaßnahmen in die e-Communication
- Anreize geben z. B. Zugaben, Rabatte, Serviceleistungen ...

Erfolg hat drei Buchstaben
TUN!
[Goethe]

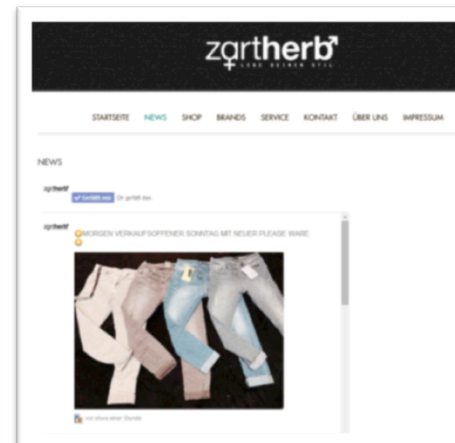
Beispiele



www.juhasz.de



<http://www.mode-loening.de/>



<http://www.zartherb-aichach.de/>



<http://www.modehaus-schild.de/>

Juhasz

- 500 Besucher je Monat
- 700 Google-Suchanfragen = 700 Snippet-Werbeinblendungen

Häufigstes Keyword: Juhasz, Juhasz Bad Reichenhall, Juhasz Öffnungszeiten

Do it yourself: WordPress als Content-Management-System

- Leichte Bedienung
- SEO Out of the Box
- Upgrade mit nur einem Klick
- Unabhängigkeit
- Design ist in vielen Bereichen von Inhalt getrennt
- Fortlaufende Kompatibilität
- Sicherheit
- Günstiges Hosting ohne Probleme
- Ausgereifte Rechtevergabe

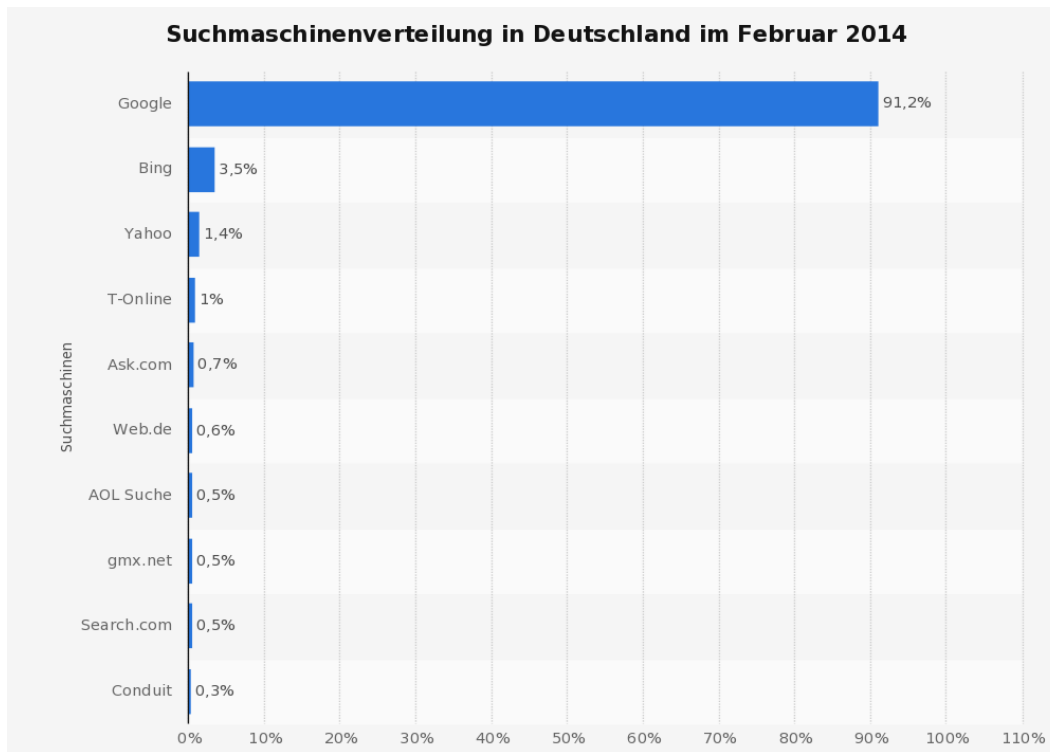






Google



Die Datenkrake - der Chef im Netz.

Google verteilt die 1A-Lagen



Google als Informationsportal

Google   schreier.simone@gma


Web Shopping Bilder Maps News Mehr ▾ Suchoptionen  

Ungefähr 4.720 Ergebnisse (0,30 Sekunden)

09:30-16:00
Modehaus Schild GmbH, Öffnungszeiten am Samstag



[Feedback geben](#)

Home - Mode Schild Günzburg
www.modehaus-schild.de/ ▾
Unsere **Öffnungszeiten**: Montag bis Freitag von 9:30 bis 19 Uhr, Samstag von 9:30 bis 16 Uhr. [Home](#) · [Damen](#) · [Herren](#) · [Kids](#) · [Wasche](#) · [Service](#) · [Unsere Häuser](#).
[1 Google-Bewertung](#) · [Bericht schreiben](#)

 **Marktplatz 17, 89312 Günzburg**
08221 36640

Modehaus Schild Stammhaus Unsere Öffnungszeiten: Montag bis Freitag von 9:30 bis 19 Uhr ...	Kontakt ... Freitag: 09:30 - 19:00 Uhr Samstag: 09:30 - 16:00 Uhr ...
Modehaus Schild ... Modehaus Schild STAMMHAUS. Marktplatz 17 89312 Günzburg ...	Damen Sorgfältig ausgewählt warten die Damen-Kollektionen der ...
Herren Für Männer, die das Leben lieben. Diese Herren-Modemarken ...	Aktuelles Kostenloses Osterfrühstück in Günzburg: Entstanden ist die ...

[Weitere Ergebnisse von modehaus-schild.de »](#)



Modehaus Schild GmbH

[Routenplaner](#) [Bericht schreiben](#)

Adresse: Marktplatz 17, 89312 Günzburg
Telefon: 08221 36640
Öffnungszeiten: **Bereits geschlossen** · [Öffnungszeiten](#)

Erfahrungsberichte
[1 Google-Bewertung](#)

Weitere Erfahrungsberichte: [pointoo.de](#)

Remarketing mit dem Google Displaynetzwerk





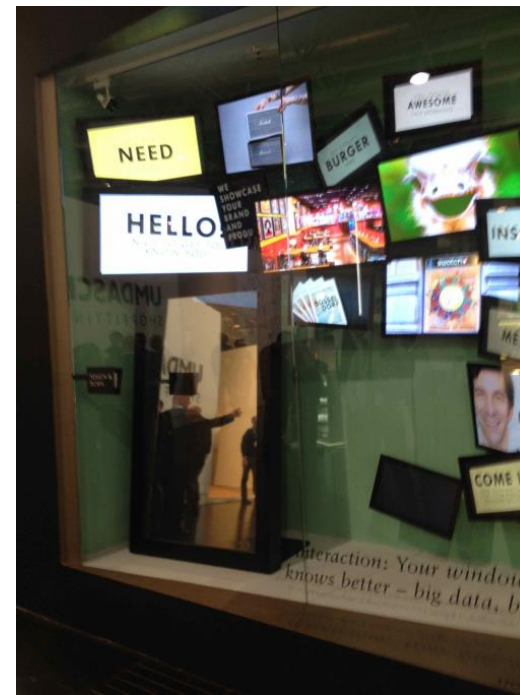
THE NEW
DENIM
STUDIO
ON 3

POS

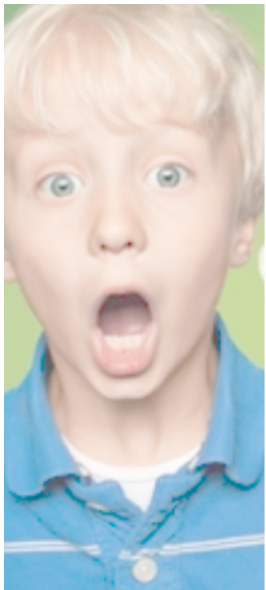
Zum berühren verführen.

SELFRIDGE
& CO

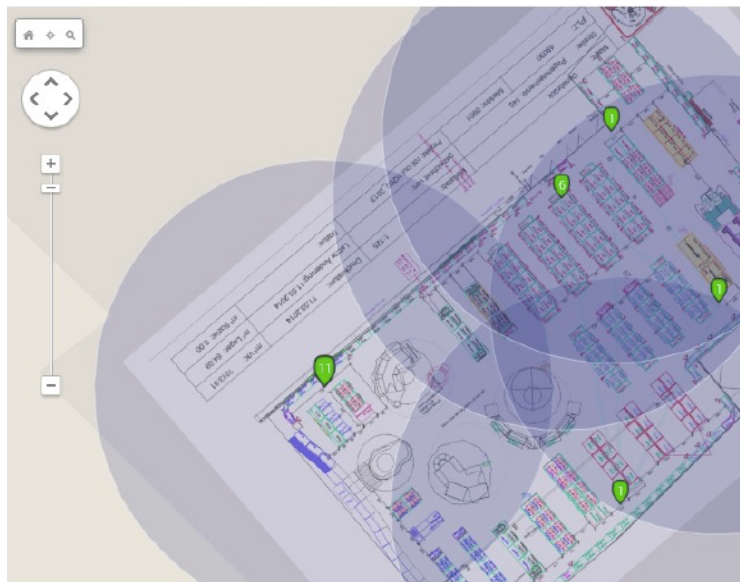
Mehrwert durch Interaktion



Neue Herausforderungen brauchen neue Wege



Store-Konzept und Produktplatzierung



Retail-Analytics

Application	Destination
apple.com	-
Host-based email (POP3/IMAP/SMTP)	partner.fressnapf.de
Host-based email (POP3/IMAP/SMTP)	partner.fressnapf.de
Miscellaneous secure web	www.fressnapf.net
Facebook	-
Miscellaneous secure web	mmv247.whatsapp.net
Host-based email (POP3/IMAP/SMTP)	mail.sonderpreis-baumarkt.de
Miscellaneous web	ads.mopub.com
Miscellaneous web	as.adfonic.net
Miscellaneous secure web	www.google.de
Google HTTPS	-
Miscellaneous web	tags.bluekai.com
CDNs	fbcdn-profile-a.akamaihd.net
Miscellaneous web	cdn.manage.com
Miscellaneous secure web	qkgermany.feomedia.se

15 ⇅ results per page

iBeacons



- Mit Beacon "im Vorbeigehen" bezahlen
- Push Notification für den Kunden
- Indoor-Navigation mit Beacons



Vorteile des „360°Marketings“

1. Alle Maßnahmen sind aufeinander abgestimmt
2. Begrenzter Aktionszeitraum
3. Starke Werbewirkung dank zentralem Handlungsaufruf – „Call to Action“
4. Hoher Werbedruck durch Nutzung verschiedener Kommunikationskanäle
5. Erhöhung der Kundenfrequenz
6. Steigerung des Umsatz
7. Gezieltes gewinnen von Neukunden durch den Einsatz von z. B. Postwurfsendung
8. Stärkung der Kundenbindung und der Sympathie durch Mehrwerte
9. Aktualisierung und Ausbau Ihrer Kundenkartei
10. Detailliertes Controlling der Aktion möglich

Herzlichen Dank

Unter Hinweis auf §§ 1 und §§ 18 UWG dürfen die in der Präsentation enthaltenen Entwurfsmuster und Ideen ohne unser schriftliches Einverständnis weder ganz noch teilweise kopiert, vervielfältigt, gewerblich genutzt oder Dritten zur Verfügung gestellt werden.

Dieses Angebot der NOW Communication GmbH, 86199 Augsburg erfolgt freibleibend.

Alle Preise gelten zuzüglich der ges. MwSt., Künstlersozialkasse und anfallenden Fracht- und Portokosten. Dieser Kostenvoranschlag ist vorläufig, die finalen Kosten sind abhängig vom Endbriefing und der Kundenentscheidung.

