

Gratis-Hilfe aus dem Internet

www.neujahrsvorsaeetze.de: So nutzen Sie die Chancen des Jahreswechsels

Im nächsten Jahr wird alles besser. Das sagen sich jedenfalls viele Menschen in der Silvesternacht und nehmen sich voller Optimismus gute Vorsätze vor. Abspecken, weniger Rauchen oder mehr Ordnung zu Hause oder am Arbeitsplatz – das gehört zu den häufigsten Wünschen. Doch ohne regelmäßige Unterstützung halten viele Menschen leider ihre Vorsätze nicht lange durch. „Rund 20 Prozent der Vorsätze“, so Professor Jörg Knoblauch zur *Geschäftsidee*, „überdauern nicht einmal die erste Januarwoche, weil die Menschen mit ihren Zielen allein bleiben.“

Erinnerung und Ermutigung per E-Mail

Genau da setzt der Unternehmer mit seiner Internet-Seite www.neujahrsvorsaeetze.de an. Auf dieser Internet-Seite bekommen die Interessenten nicht nur von Experten Tipps, wie sie an den Vorsätzen dranbleiben, Lustlosigkeit und ein Motivationstief überwinden. Knoblauch, der sich mit seinem Zeitplansystem *Tempus* einen Namen gemacht hat, geht noch einen Schritt weiter: Er bietet eine Erinnerungsfunktion. Jeder Besucher kann sich mit seinen Vorsätzen auf der Seite eintragen. Dann bekommt er in regelmäßigen Abständen eine E-Mail, die ihn an seine hinterlegten Ziele erinnert. Das geschieht aber nicht etwa mit erhobenem Zeigefinger, sondern in partnerschaftlicher Ermutigung und Motivation.

So kann zum Beispiel ein Raucher, der nach zwei Wochen der Enthaltsamkeit schwach geworden ist und zu

einem Glimmstängel gegriffen hat, durch die E-Mail noch einmal den Anstoß bekommen, diese eine Zigarette als einen „Ausrutscher“ auf dem Weg zum Nichtraucher zu betrachten.

Realistische Ziele und Zeitpläne

Zu den häufigsten Gründen, warum Vorsätze oft so kläglich scheitern, gehören unrealistische Ziele und Zeitpläne, weiß Knoblauch: „In drei Monaten vom Bierbauchträger zum Marathonläufer ist nun mal nicht zu machen.“ Für solche irregeleiteten Fälle bietet Knoblauch ein kostenloses Telefonseminar, zu dem man sich über die Homepage anmelden kann.

Kundenbindung par excellence

Mit diesem speziellen Internet-Angebot betreibt Jörg Knoblauch Kundenbindung par excellence. Die Vorteile eines solchen Angebots liegen auf der Hand:

- Er sammelt Kontaktdaten und Kundeninformationen in großer Menge.
- Er bietet den Kunden einen außergewöhnlichen und sehr sinnvollen Nutzen.
- Das eröffnet ihm überdurchschnittliche Möglichkeiten der Werbung, da viele Kunden Werbeangebote von ihm gerne akzeptieren.

Fazit: Ein beeindruckendes Beispiel, wie eine zielgerichtete Marketing-Maßnahme ohne großen Aufwand zu vielen neuen und zufriedenen Kunden führt.

www.neujahrsvorsaeetze.de

Supermarkt-TV: Werbeträger von morgen

Neben traditionellen Werbemitteln wie Plakate, Anzeigen und Aufkleber werden immer häufiger Bildschirme zu einem wichtigen Werbeträger, zum Beispiel im Supermarkt. Was in den USA und in Großbritannien schon sehr ausgeprägt ist, steckt hierzulande noch in den Kinderschuhen. Noch beherrschen die meisten Werbeagenturen dieses Thema nicht oder nur unzureichend. Eine gute Chance also für Spezialisten.

Erfahrungen der britischen Supermarktkette Tesco zeigen: Ein Spot im Supermarkt-TV steigert den Absatz eines Produkts um 10 bis 12 Prozent.

Wenn Sie Werbung über In-Store-Displays bzw. Bildschirm betreiben möchten, sollten Sie die folgenden drei Grundsätze beachten:

1. Inhalt und Platzierung sollten nahe beieinander sein. Ein Sonderangebot etwa läuft optimalerweise auf einem Bildschirm oberhalb des Produktregals.
2. Die Bildschirme sollten geschmackvoll in das Ladenmobiliar eingepasst werden.
3. Gestaltung der Spots: kontrastreiche Bilder, große Schriften, keine Laufbänder mit Text. Ganz wichtig ist eine starke Bildersprache, da der Ton im Laden oft untergeht.

Fazit: Werbung auf Bildschirmen in Supermärkten oder U-Bahn-Stationen wird zunehmen. Das bedeutet, die Schaltpreise werden sinken, und diese Werbeform wird sich auch für kleinere und mittlere Betriebe rechnen. Übrigens eignet sich diese Werbeform nicht nur für den Verkauf von Produkten. Auch Dienstleistungen können auf diesem Weg gut beworben werden. Einen Versuch ist es allemal wert.

In Deutschland bietet unter anderem die Firma Mikla Videowerbung in Läden an. www.mikla.de



CLEVERES MARKETING: Auf der Internet-Seite www.neujahrsvorsaeetze.de bietet der Betreiber den Kunden einen sinnvollen und kostenlosen Nutzen „im Tausch“ gegen Informationen und Werbemöglichkeiten.