



REVAB

Reuse and Valorisation of Agricultural Building
through training based on real experiences

MODUL 4

Planung eines umnutzungsprojekts:
Werbemaßnahmen für ein umnutzungsprojekt



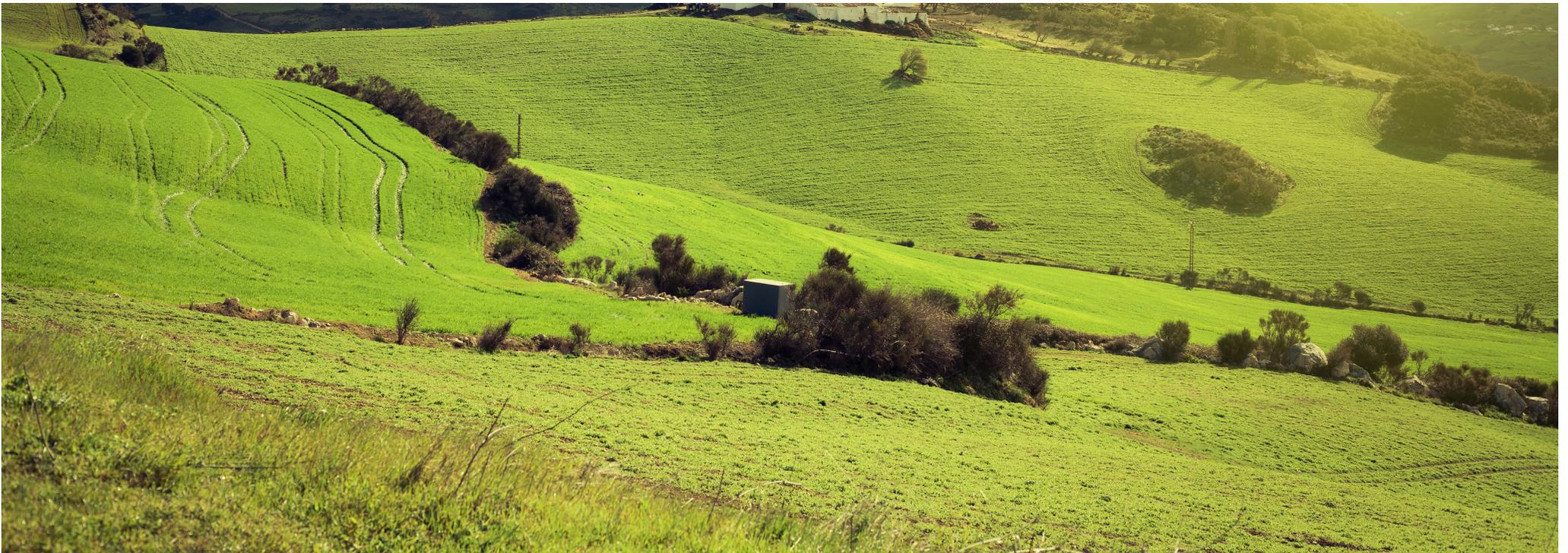
Unterstützt vom Erasmus+
-Programm der
europäischen Union

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.
Projekt-Nummer 2015-1-BE01-KA202-013183

ZIELE

In diesem Modul lernen Sie Grundkenntnisse zum Thema Marketing. Marketing und Kommunikation sind Schlüsselfaktoren für den Erfolg eines Projekts, insbesondere in ländlichen Gebieten.

Dieses Modul zielt darauf ab, grundlegende Werkzeuge und Prinzipien aufzuzeigen, um eine gezielte Marketingstrategie zu planen und umzusetzen.





INHALT

1. Einführung

2. Anliegen

3. Zielsetzung

4. Kanäle

5. Umsetzung

6. Kontrolle





1. Einführung



Das Prinzip dieses Moduls besteht darin, grundlegende Schritte zur Förderung Ihres Projekts zu erläutern. Es geht immer mehr und besser. Zu Anfang müssen Sie dabei folgende drei Punkte beachten:

Entwickeln Sie Ihre Marke

Planen Sie Ihre Kommunikations-Strategie

Setzen Sie diese Strategie um und kontrollieren Sie die Effektivität

Bei der Erstellung Ihres Businessplans haben Sie in den vorigen Modulen bereits einige Punkte behandelt. Jetzt ist es an der Zeit, diese in eine solide Marketingstrategie zu integrieren und die geeigneten Werkzeuge für die Unterstützung Ihrer Umsetzung zu nutzen.



1. Einführung



WIE SIE IHRE GESCHICHTE ERZÄHLEN

Mit dem Start des Projekts muss nun dessen Marketing an oberster Stelle stehen. Sie können ein noch so gutes Projekt, Produkt oder einen Service haben - wenn sie die Zielgruppe nicht erreichen, macht es keinen Sinn!

Am besten machen Sie sich Notizen, wenn Sie durch die Fallstudien auf dieser Seite gehen. Nehmen Sie sich Zeit, um zu erfahren, wie die in den Fallstudien beschriebenen Projekte bekannt gemacht und beworben wurden.

Dies ist der beste Weg, um aus den Fallstudien zu lernen, aber auch um aus deren Fehlern zu lernen.



2. Anliegen



MARKETING-PLAN

Markenbildung, Vermarktung und Kommunikation müssen von Anfang an Teil des Businessplans sein. Deshalb sollten Sie bei der Erstellung des Businessplans darauf achten direkt einen Marketingplan zu integrieren.

Bei der Erstellung des Businessplans haben Sie bereits ihre Zielgruppe definiert. Auf diese Zielgruppe wird nun auch ihre Marketingstrategie ausgerichtet.

Hierfür legen Sie zunächst einige relevante Kennzahlen wie Key Performance Indicators (KPIs) fest.

Zum Beispiel:

- wie viele Besucher Ihre Website besuchen;
- -wie viele Follower Sie in sozialen Medien haben möchten.

Diese Kennzahlen stellen sicher, dass sie ein Ziel verfolgen und ermöglichen bei Bedarf das Vorgehen anzupassen.



2. Anliegen



MARKETING-STRATEGIE



WARUM SIE?

Wie Sie sich von
der Konkurrenz
abheben?



Wer ist die
Zielgruppe?



Budget

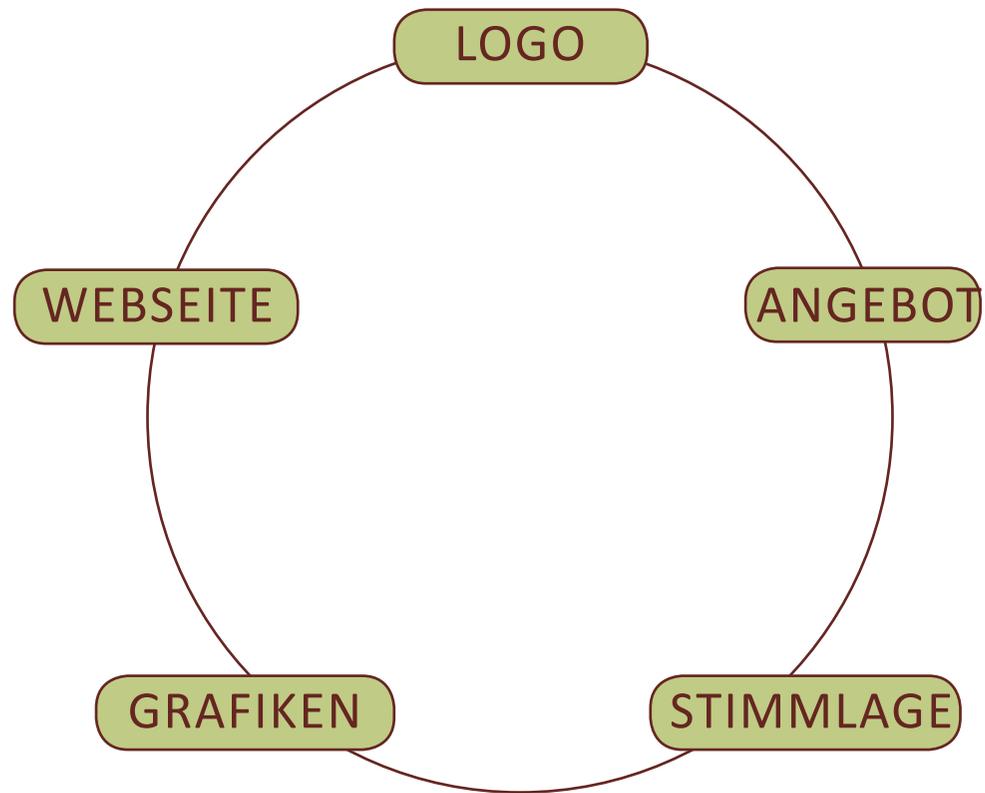




3. Zielsetzung



VISUELLE IDENTITÄT

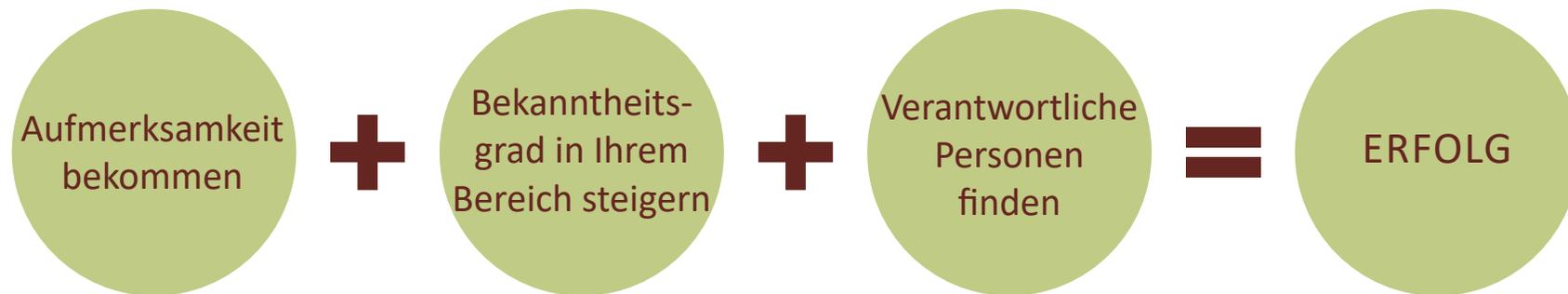




3. Zielsetzung



PLANUNG DES MARKETINGS





3. Zielsetzung



ZUSAMMENFASSUNG

1. Aktualisieren oder erstellen Sie einen Marketingplan für Ihr Unternehmen.
2. Betreiben Sie Marktforschung
3. Legen Sie eine Fokusgruppe fest.
4. Entwickeln Sie Ihr Alleinstellungsmerkmal (USP).
5. Verfeinern Sie Ihre Zielgruppe und Nische.
6. Erweitern Sie Ihr Produkt- und Serviceangebot.
7. Planen Sie Ihr Budget



4. Kanäle





WEBSITE

- Es gibt viele kostenlose Tools zum Erstellen und Verwalten einer Website wie z.B. WordPress;
- Schützen Sie den Namen Ihrer Webseite;
- Achten sie auf die Optimierung der Suchmaschinen-Funktionen, damit Ihr Projekt weit oben in den Ergebnissen der Suchmaschinen erscheint;
- Es ist wichtig, dass die Website benutzerfreundlich ist – sowohl für Sie als auch für die Nutzer;
- verlinken Sie auf Ihre Social Media Profile
- Vergessen Sie nicht Ihre Kontaktdaten;
- Die Informationen sollten in der Reihenfolge ihrer Wichtigkeit präsentiert werden;
- Bedenken Sie auch die Anpassung an Computer, Smartphones oder Tablets;
- Die Titel sollten kurz, eingängig und klar sein;
- Sie können eine Karte hinzufügen, die Ihren Kunden hilft Sie leichter zu finden.
- Vergewissern Sie sich sämtliche Rechte für die verwendeten Bilder besitzen;
- Machen Sie Videos – das ist unterhaltsam und ein guter Weg, Ihr Angebot zu erläutern.



4. Kanäle



WEBSITE

- Schauen Sie sich kostenlose Tutorials auf Youtube an, in denen beschrieben wird, wie Sie Ihre Online-Kommunikation optimieren können;
- Werten Sie Ihre KPIs aus (wie Anzahl der Besucher, Anzahl der Seitenaufrufe, Verweildauer), installieren Sie ein kostenloses Tool zur Messung der Leistung Ihrer Website wie Google Analytics
- Fügen Sie für den Fall einer Fehlfunktion auf die 404 ERROR-Seite '(wenn die Seite nicht funktioniert) - z. B. die Telefonnummer einer Kontaktperson ein.

Testen Sie neue Links zunächst in Ihrem persönlichen Umfeld, um mögliche Fehler vor der Aktivierung zu beheben.

Denekn Sie daran

Halten Sie die Website auf dem aktuellen Stand.
Zögern Sie nicht, sich von einem Fachmann helfen zu lassen.



4. Kanäle



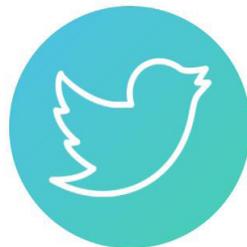
SOZIALE MEDIEN

Heutzutage ist Social Media Marketing ein entscheidender Aspekt des Marketings und ermöglicht es, im Vergleich zu herkömmlicher Werbung, mit minimalen Kosten, ein großes Publikum zu erreichen.

Wenn Sie Ihr Projekt bewerben, sollten Sie Routine in Ihren Social-Media-Strategien vermeiden und dennoch eine authentische Botschaft und Marke pflegen.

Nutzen Sie das Verhalten der Nutzer als Feedback und richten Sie Ihr Verhalten an deren Interessen aus.

SOCIAL MEDIA in der Vermarktung Ihres Projektes zu nutzen HEIßT DAUERHAFTE KOMMUNIKATION Vermeiden Sie es langweilig zu werden.





4. Kanäle



SOZIALE MEDIEN

Der Inhalt verändert sich auf Facebook Twitter rasch. Daher ist es wichtig, regelmäßig neue Informationen hochzuladen.

Andere Plattformen – wie z.B. LinkedIN oder Instagram – verändern sich nicht so rasch. Entsprechend müssen Sie dort nicht so oft „posten“.

Unabhängig davon, welche Plattform Sie nutzen, ist Konsistenz ein Schlüsselfaktor. Das ist auch wichtig, wenn Sie einen Blog betreiben. Nichts ist schlimmer als ein Blog, der länger als 6 Monate nicht aktualisiert wurde.

Natürlich ist die Qualität Ihres Inhalts ebenso wichtig. Denken Sie darüber nach, was Sie schreiben, und ob dies für Ihre Zielgruppe Relevanz hat.

Sie können andere Accounts „likern“, Informationen „sharen“ oder „retweeten“. Das heißt Sie müssen nicht notwendigerweise ständig eigene Inhalte erarbeiten, aber bleiben trotzdem aktiv im Social Media Bereich.

Aktualisieren Sie regelmäßig!
Haben Sie keine Angst, einen Profi um Hilfe zu bitten!
Vergessen Sie nicht, KPIs für jeden Kanal festzulegen



4. Kanäle



WEITERE WERKZEUGE IM ONLINE-MARKETING

Internet marketing:

- Erstellen Sie eine Email-Verteilerliste;
- Fahren Sie regelmäßige Email-Kampagnen mit Programmen wie z.B. MailChimp oder CampaignMonitor;
- Dies ist ein Weg um Sonderangebote zu;
- Es ist auch ein Weg der Kundenpflege.

Social BOOKMARKING:

Marketing mit gutem Inhalt wird gerne weiter verbreitet, weil es interessant ist; z.B. Reddit, Stumbleupon.





ZU GUTER LETZT: BEZIEHUNGSaufbau

- Entwickeln Sie Ihre persönlichen Kontakte;
- Nehmen Sie an Konferenzen teil;
- Stellen Sie sich anderen lokalen Unternehmern und lokalen Behörden vor;
- Treten Sie der örtlichen Handelskammer oder anderen Organisationen bei;
- Nehmen Sie an lokalen Veranstaltungen / Messen usw. teil.



In der Regel ist es immer besser, sich finanziell und auf sonstige Weise an nachhaltigen Initiativen zu beteiligen: Konzentrieren Sie sich dabei lieber auf einige wenige Aktivitäten als bei vielen ein bisschen mitzumischen. Denken Sie daran, dass Konsistenz und Vertrauenswürdigkeit sehr wichtig ist.



5. Umsetzung



- Prüfen Sie nochmals, ob alle Ziele aus dem Businessplan in Ihrer Marketingstrategie enthalten sind;
- Gehen Sie auf Personen zu, die für Sie repräsentativ werben können;
- oder nutzen Sie Ihre Freunde und Familie als «Markenbotschafter»;
- Seien Sie auch auf negative Kritik vorbereitet und gehen Sie negative Meinungen über Sie und Ihr Projekt aktiv an und finden Sie passende Antworten;
- Die beste Werbung ist Mundpropaganda. Behandeln Sie also Ihre Kunden exzellent, damit diese Ihre Erfahrung mit andere teilen, und Sie bekannt machen.





6. Kontrolle



WIR WÜNSCHEN IHNEN VIEL ERFOLG BEIM MARKETING IHRES PROJEKTS

