

## Werbekonzept

Um ein Werbekonzept für sein Unternehmen zu planen, braucht es gewisse Komponenten fix. In den nächsten Berichten gehen wir detailliert auf die wichtigsten Aspekte eines Werbekonzeptes ein.

Ein Werbekonzept (auch Werbestrategie, Werbeplanung oder Werbekonzeption genannt) beinhaltet die **Analyse, Planung, Gestaltung, Ausführung und Kontrolle** der Werbung. An sich handelt es sich um einen Leitfaden, in dem Ziele und Zwischenziele definiert werden. Diese Werbeziele werden mithilfe der notwendigen Schritte, die es zur Realisierung braucht, dokumentiert. Wichtige Faktoren in einem Werbekonzept sind ausserdem das Timing und die Werbebudgetplanung.

Für die Erstellung eines Werbekonzeptes müssen vorab einige Eckpunkte definiert werden:

- **Markt & Unternehmensanalyse**
- **Werbezielgruppe definieren**
- **Qualitative & Quantitative Ziele**
- **Zeitraum & Gebiet festlegen**
- **Kommunikationsstrategie**
- **Werbepositionierung**
- **Hauptbotschaft & Nebenbotschaft**
- **Nutzwertanalyse der Medien machen**
- **Massnahmen festlegen**
- **Budgetplanung**
- **Kontrolle**



Diese Eckdaten müssen zwingend von den verantwortlichen Personen zusammengetragen werden. Heisst man muss sich so richtig mit seinem Produkt oder Brand befassen. ☹️ Wir können als Agentur bei der Erfassung dieser Daten zwar helfen, jedoch muss ganz viel Input vom betreffenden Unternehmen kommen.



Als Hilfestellung kann man die W-Fragen verwenden:

**WAS** soll erreicht werden?

**WER** soll angesprochen werden?

**WANN** soll die Werbung geschaltet werden?

**WO** soll die Werbung geschaltet werden?

**WIE/WOMIT** bewerben wir das Produkt, die Dienstleistung?

**WIEVIEL** soll die Werbung kosten?

Nach jedem kleinen Unterziel sollte eine **Kontrolle** eingeplant werden. Anhand dieser Kontrolle können schon im Lauf der Werbekampagne Anpassungen gemacht werden. Man kann eine Werbekampagne von vornherein mit A-B-Tests planen, um den Erfolg bereits während der Kampagne zu optimieren. Hierfür braucht es vor allem Disziplin und eine sehr vorausschauende Termin-Planung. Die **Erfolgskontrolle nach Abschluss der Werbeaktionen** geschieht mit einem Vergleich von Vorher – Nachher, dem Messen, ob die Werbeziele erreicht wurden und ob sich die Werbeaktion wirtschaftlich gelohnt hat.



Kontakt: [info@hahn-media.ch](mailto:info@hahn-media.ch) oder +41 44 515 90 40