

Ing. Schönberg Christian

Einzelpreis: kostenlos

Softwareentwicklung



Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)



Ing. SCHÖNBERG Christian:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Cross Media Marketing

Allgemeines:

Cross Media Marketing bezeichnet den Gebrauch von mindestens **drei** abgestimmten **Kommunikationskanälen**, deren Ziel es ist, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu vermarkten. Dabei werden sowohl **elektronische Medien**, wie Smartphone, das Internet aber auch **klassische Werbeträger** wie Plakate oder Zeitschriften medienübergreifend verwendet. Beispiele für Maßnahmen des klassischen Marketings wären z.B. TV-, Radio- und Kinowerbung, Anzeigeschaltungen in Printmedien, Plakatwerbung und sonstige Außenwerbung, postalische Mailings, Werbegeschenke, Messen und Promotion-Aktionen, Mundpropaganda, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, usw. Und dann gibt es natürlich die Maßnahmen des **Online- und Mobile Marketing**, wie z.B. E-Mail-Werbung, Bannerwerbung, Suchmaschinenwerbung, Social Media Marketing, usw. Durch Crossmedia-Marketing sollen die **Werbewirksamkeit** der einzelnen Medien durch aufeinander abgestimmte Kampagnen verstärkt werden.



Zu beachten ist allerdings, dass bei Crossmedia-Marketing sehr **hohe Kosten** entstehen können. Dafür eignet diese Marketingform für **Produkteinführungen**, bei denen schnell ein hoher Umsatz erreicht werden soll.

Elemente von Cross Media Marketing:

- **die Leitidee:** Das Element der Leitidee sollte in allen Kommunikationsinstrumenten durchgängig als Leitmotiv vorhanden sein und gilt als inhaltliches Schlüsselement.

- **die Medienwahl:** Dabei sollte vor allem die Zielgruppe, des Produktes bzw. der Dienstleistung und der Marke beachtet werden.

- **die Intergration:** Wichtig dabei ist, dass die Kommunikationsinstrumente sowohl zeitlich, formal als auch inhaltlich aufeinander zugeschnitten sind. Dabei dürfen sich die inhaltlichen Botschaften und Bilder von den verschiedenen Kommunikationsinstrumenten nicht widersprechen. Auch verwendete Symbole, Logos und Schrifttypen müssen einheitlich sein, um einen hohen Wiedererkennungswert zu schaffen (crossmediale Wiedererkennung).

->

Hinweis:

Weitere tolle und kostenlose Softwaretools und Ebooks unter

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Die Elemente

Zusammenfassung

FAZIT

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:<http://schoenberg.co.at/blog-software>

->

- **die Vernetzung:** Dies bedeutet, dass die verschiedenen Kommunikationsinstrumente gegenseitig auf sich hinweisen. Zum Beispiel kann ein auf einem Plakat eingefügter QR-Code (in Englisch 'Quick Response', auf Deutsch so viel wie 'schnelle Antwort') auf eine Webseite hinweisen.

- **die Interaktion:** Vor allem die Möglichkeit zur Interaktion die z.B. durch das Internet ermöglicht wird, sollte genutzt werden.

- **Multisensorische Zielgruppenansprache:** Das bedeutet, dass mehrere Sinne des Menschen (z.B. hören und sehen, ..) angesprochen werden. Ein Beispiel wäre ein Werbevideo, das die Zielgruppe emotional ansprechen soll.

- **Soziale Medien:** die immer größer werdende Bedeutung von sozialen Medien, insbesondere die Möglichkeit zur Interaktion, sollten genutzt werden

Zusammenfassung:

- bei **Crossmedia-Marketing-Kampagnen** wird durch medienübergreifende Abstimmung und durch inhaltlich und grafisch einheitliches Konzept die Werbewirkung verstärkt.

Cross Media Marketing:

Gebrauch von mindestens drei abgestimmter Kommunikationskanäle, deren Ziel es ist, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu vermarkten

Hinweis:

Weitere ähnliche und ebenfalls kostenlose Ebooks unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

- benutzt **klassische Marketingkanäle**, aber auch Instrumente des **Online- und Mobile Marketing**

- Kampagnen werden **zeitlich** aufeinander **abgestimmt**

- die Webseiten sollen zur Interaktion aufrufen und der Link zur Webseite in allen Werbemitteln eingefügt sein.

- auch **Suchmaschinenmarketing** (SEM, SEO), sowie **QR-Codes** für die Einbindung von Mobile Marketing werden integriert

- die Käufe können sowohl über **klassische Verkaufsmöglichkeiten**, als auch online über **Online-Shops** erfolgen

FAZIT:

Durch Cross Media Marketing **verstärkt** sich durch medienübergreifende Abstimmung die **Werbewirkung**. **Nachteil** sind allerdings die relativ **hohen Kosten**, die jedoch zumeist durch **hohe** erzielbare **Umsätze** wieder eingenommen werden können.

SCHÖNBERG
Softwareentwicklung



<http://schoenberg.com>