

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](#)



Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

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

Gewinnspiel-Marketing:

Gewinnspiele können für Internetmarketer nützliche Marketinginstrumente darstellen. In der Regel werden dann physische Gegenstände oder virtuelle Leistung verlost. Das können zum Beispiel Fachbücher, aber auch Online-Kurse oder Ebooks sein.

Damit lassen sich durch zahlreiche Registrierungen die eigenen Kundenzahlen erhöhen und auch die eigene Emailliste vergrößern. Zu beachten ist dabei aber, dass nicht alles erlaubt ist, was gestalterisch möglich wäre. Grundsätzlich ist ein Gewinnspiel eine Aufforderung zur Teilnahme an einem Spiel.

Dabei wird der Gewinner nach irgendeinem Zufallselement ermittelt. Außerdem kommt es nicht auf irgendwelche Fertigkeiten oder Kenntnisse an, sondern es entscheidet maßgeblich der Zufall.

Zu den wesentlichen Vorteilen von Gewinnspielen zählen die zumeist geringeren Kosten im Vergleich zu anderen Marketingmaßnahmen und die schnellere Umsetzbarkeit.



die festzulegenden Ziele:

Von einem Gewinnspiel sollte nicht nur der Teilnehmer, sondern auch der Veranstalter einen Nutzen ziehen können.

Grundsätzlich können die Ziele entweder in die Kategorie Branding oder in den Bereich Verkaufsförderung (zumeist) eingeordnet werden. Zu diesen Zielen können zum Beispiel die Vergrößerung der eigenen Email-Liste sein, die Erhöhung der Bekanntheit, Steigerung der Aufmerksamkeit, Generierung von Kundendaten und damit eine Steigerung des Unternehmenswertes.

Von den hiermit festgelegten Zielen hängen auch die einzusetzenden Marketingmaßnahmen ab.

die Preise:

Die bzw. der Preis beeinflusst maßgeblich, wie viele Besucher am Gewinnspiel teilnehmen. Außerdem wird durch die Art des Preises die teilnehmende Zielgruppe vorgegeben.

Das heißt, mit einer Autogrammkarte von Heiko Häussler wird man vorwiegend Internet Marketer anlocken, hingegen mit einem signierten Fußball eher Fußball Fans.

Dann sind auch die Menge und der Wert der Preise festzulegen. Bezüglich dem Wert geht es aber vorwiegend um die eigenen Kosten. Zum Beispiel ein eigener Video-Onlinekurs kann einen Wert von 200 EURO haben, aber die Selbstkosten sind dabei zumeist minimal.

Die Ziele

FAZIT: Gewinnspiel-Marketing kann vor allem wegen der zumeist geringeren Kosten und der schnellen Umsetzbarkeit geeignet sein, dabei sind aber zahlreiche rechtliche Richtlinien zu beachten

Ablauf, Hinweise

Vermarktung

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose Softwaretools unter:

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

Ablauf und Hinweise:

Ein Gewinnspiel kann zwar auf **bestimmte Länder** festgelegt sein, aber ansonsten sollte nach Möglichkeit **niemand ausgeschlossen** werden. Mittlerweile ist es zwar nicht mehr verboten, die **Teilnahme** am Gewinnspiel mit einem **Kauf** zu **verknüpfen**, aber trotzdem sind dabei zahlreiche rechtliche Einschränkungen zu beachten.

Außerdem sollten die **Teilnahmebedingungen** so **einfach** wie möglich gehalten werden. Als Bedingung für die Teilnahme kann auch ein gesetzter **Backlink** oder ein "Gefällt mir"-Klick eingesetzt werden. Dann muss noch angegeben werden, wann das **Enddatum** des Gewinnspiels, der Zeitpunkt der **Verlosung**, wie die **Gewinner ermittelt** werden und bis **wann** der bzw. die Gewinner **informiert** werden.

Außerdem ist zu beachten:

- **Teilnahmebedingungen** müssen deutlich angegeben und unschwer wahrnehmbar sein.

- wird die **Teilnahme** an einen **Kauf** gekoppelt, muss der Teilnehmer im vor hinein klar darauf hingewiesen werden.

- außerdem muss auf **zusätzliche Handlungen** deutlich hingewiesen, wie zum Beispiel notwendiger **Newslettereintrag**, usw.

- die **versprochenen Gewinne** müssen auch ausgeschüttet werden

- es darf **keine Irreführung** stattfinden und es darf nicht für ein abgelaufenes Gewinnspiel geworben werden

- bei **Vermarktung** auf **Facebook** muss klar und deutlich angegeben werden, dass Facebook nicht der Veranstalter des Gewinnspiels ist und dieses auch nicht sponsert oder unterstützt

- auch eine **Gewinnbenachrichtigung** darf nicht über eine Facebook-Nachricht erfolgen (informieren Sie sich dazu in den jeweils aktuellen **Facebook-Richtlinien**)

- Sie dürfen den Teilnehmern nicht automatisch einen **Newsletter** zusenden, sondern nur, wenn diese Ihre Emailadresse gesondert durch das **Double-Optin-Verfahren** bestätigt haben

Vermarktung:

Ein gute Möglichkeit um Gewinnspiele bekannt zu machen sind **Social Media Plattformen** wie Facebook, Google+ und Twitter. Bei der Vermarktung ist zu beachten, dass gemäß einigen Studien, vor allem die Angst vor **ungewollter Werbung** oder die Unsicherheit über die Verwendung von **persönlichen Daten** ein Grund für das nicht Teilnehmen an Gewinnspielen sein können. Daher sollten auch diese Befürchtungen zuvor aus dem Weg geräumt werden. Bezüglich **Weiter empfehlen** mittels Facebook und Google+ ist zu beachten, dass ein Teilnehmer durch das Liken seine Gewinnchancen verringert, indem die Teilnehmerzahl dadurch ansteigt. Diesem kann entgegen gewirkt werden, in dem zum Beispiel durch das Liken **zusätzliche Gewinnlose** vergeben werden.

Es kommen aber auch beinahe alle anderen **Marketingmaßnahmen** in Frage, wie **E-Mail-Werbung**, Bannerwerbung, Suchmaschinenwerbung, usw.

