

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

<http://schoenberg.company>

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

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

Guerilla-Marketing

kurz erklärt:

Dieser Begriff wurde vom Marketing-Experten Jay C. Levinson in den 1980er Jahren geschaffen. Durch **außergewöhnliche Aktionen** kann mit **geringem Kapital** eine relativ große Wirkung erzielt werden. Der Begriff Guerilla kommt eigentlich aus der Kriegsführung. Als **Guerilla-Effekt** wird zumeist das Verhältnis von Werbenutzen und Werbungskosten benannt.



zusammengefasste Beschreibung:

Zumeist wird ein Medium oder ein Absatzkanal gewählt, der **relativ günstig** zu erhalten ist, z.B. Nutzung von Restwerbesekunden, Leserbriefe, Podiumsdiskussionen, usw. Außerdem soll dabei der **Kunde** in den **Mittelpunkt** rücken. Laut Thomas Patalas stellt Massenwerbung daher keine Guerilla-Marketing-Maßnahmen dar, da dabei beinahe keine Interaktion mit den potentiellen Kunden möglich ist.

Definition von Guerilla-Marketing:

- vorwiegend für **kleine Unternehmen** und Selbständige
- basiert auf **gesunden Menschenverstand**, hingegen weniger auf Erfahrung und Wertungen
- vor allem zählt der **Profit** und weniger der Umsatz
- Fokus auf monatlich aufgebaute **Kundenbeziehungen**
- **Spezialisierung** statt breiter Diversifizierung
- **Kooperation** mit anderen Unternehmen
- **mehrere Marketinginstrumente** für eine Kampagne
- **bestehende Technologien** für Unternehmensaufbau verwenden
- **individuelle Kundenansprachen** und daher eher kleine Kundenzielgruppen
- anstatt einen schnellen Verkaufsabschluss zu erzwingen, vorerst **weitere Informationen** zusenden
- für mehrere Kampagnen **gleichen Werbeslogan** verwenden

Beschreibung:

Durch ungewöhnliche Marketing-Aktionen mit relativ geringem Kapital eine große Wirkung erzielen.

Taktiken**Guerilla-Marketing-Taktiken:**

- **Mundpropaganda**
- **E-Mails** während der täglichen Tätigkeit der Zielgruppe
- **Bluejacking:** persönliche Nachrichten mit Bluetooth senden
- **Fahrzeugwerbung**
- Werbung auf **T-Shirts**
- **Schleichwerbung**
- Werbung auf **Kassenbon**
- **Projektion von Bildern**, Videos, usw. auf öffentlichen Flächen

Fazit:

Vor allem für kleine Unternehmen und Selbständige lässt sich mit kreativen Ideen eine große Wirkung erzielen, wobei einige Taktiken (z.B. Fahrzeugwerbung, ..) schon so weit verbreitet sind, dass diese inzwischen nicht mehr ungewöhnlich sind.

Aus diesen teilweise bekannten Taktiken ist ersichtlich, dass aber auch Großunternehmen diese bereits anwenden

Taktiken:

- E-Mails
- Bluejacking
- Fahrzeugwerbung
- T-Shirts
- Schleichwerbung
- Kassenbon
- Bildprojektion

Instrumente**verwendete Instrumente:**

- **Virales Marketing**
- **Ambush Marketing**
- **Ambient-Medien**
- **Sensation Marketing.**

Fazit

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

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

SCHÖNBERG
Softwareentwicklung



<http://schoenberg.com>