



10 kreative Guerilla Marketing Ideen mit Werbeartikel

Ob die kleine Süßigkeit, ein innovativer USB-Artikel oder der originelle Mini-Ventilator für die heiße Sommersaison – Werbeartikel mit dem eigenen Logo sind immer ein attraktives Marketinginstrument. Mit kleinem Streuverlust erreicht es die Zielgruppe dauerhafter, als es Print- oder Radiowerbung vermag. Denn endet der Spot oder ist die Anzeige gelesen, so verschwindet auch Ihr Firmenname wieder aus den Gedanken. Das Logo auf einem praktischen und nützlichen Werbegeschenk aber bleibt. Bestenfalls fällt er täglich aufs Neue ins Auge. Und eine dauerhafte Präsenz im Bewusstsein Ihres Kunden kann ein bedeutender Faktor für die Kaufentscheidung sein.

Sie können Werbeartikel in Form kleiner Streuartikel an ein breites Publikum bringen. Hierzu bedarf es nur wenig Aufwand. Besondere Kunden oder Geschäftspartner können zu besonderen Gelegenheiten auch mit einem exklusiven Präsent überrascht werden. Und die gesamte Sparte dazwischen, vom klassischen Give-away bis hin zum außergewöhnlichen Fun-Artikel, finden Sie in unserem Online Shop unter **www.pasch.net**. Und eine Inspiration für den praktischen Einsatz unserer Werbeartikel geben wir Ihnen mit den folgenden „Marketing Geheimnissen“ gleich mit an die Hand.

1. Bei der Messe punkten - Auch ohne eigenen Messestand

Für ein Unternehmen bedeutet eine Messeteilnahme als Aussteller immer eine besondere Möglichkeit, mit der Zielgruppe in Kontakt zu treten. Und natürlich wird auch der Bekanntheitsgrad gesteigert. Der Preis allerdings, der für das Anmieten von Messefläche und das Errichten eines Messestands fällig wird, ist immens. Nicht selten übersteigt er das Budget.

Wer bei Fachmessen dennoch Pluspunkte und Aufmerksamkeit für das eigene Unternehmen sammeln möchte, liegt mit einer gezielten Guerilla Aktion mit Werbeartikeln goldrichtig.

Praktisch könnte das so aussehen: Kleine Tütchen mit Süßigkeiten – bedruckt mit dem eigenen Logo und der Internetadresse – werden in Schälchen an den offenen Sitzecken und Stehtischen der Messearea verteilt. Griffbereit und mit Aufforderungscharakter platziert, wird mit jedem Tütchen Ihre Werbebotschaft unter das Fachpublikum gestreut. Und Ihr Unternehmen ist auch ohne eigenen Messestand vor Ort bestens vertreten.

2. Mehr Aufmerksamkeit bei der Chefsekretärin

Jedem Vertreter ist das Phänomen vertraut: Bevor er sich dem Inhaber oder Sachbearbeiter eines Unternehmens vorstellen kann, muss er das Vorzimmer passieren. Nicht selten endet





hier bereits die Mission, falls der Chef oder die Chefin gerade anderweitig beschäftigt sind.

In diesem Fall werden der Sekretärin Katalog und Visitenkarte hinterlassen - verbunden mit der Vorahnung, beides könnte im Ablagestapel unter gehen. Und hier greift Strategie 2:

Was schriftlich formuliert vielleicht etwas plump klingt, kann in der Praxis dennoch Wunder vollbringen: Die Erfolgchancen für einen erneuten Termin zur Vorsprache beim Entscheider steigen proportional mit der Attraktivität eines Werbegeschenkes. Überreichen Sie es gemeinsam mit Ihren Geschäftsunterlagen und seien Sie gewiss, dass hochwertige Werbeartikel auch sicher weiter geleitet werden. Der Geschäftsführer oder Ihre Sachbearbeiter wird nach so einer nachhaltigen Informationsübergabe, höchstwahrscheinlich Sie zurückkontaktieren und mit Ihnen einen erneuten Termin zu vereinbaren. Außerdem wird sich die Sekretärin an Sie erinnern, wenn der Folgetermin ansteht!

3. Das Event für die Werbeartikel Übergabe!

Die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zieht immer derjenige auf sich, der das Besondere bietet. Das gilt natürlich auch für die Werbepäsentation von Unternehmen.

Wer mit Werbeartikeln Aufmerksamkeit erzeugen möchte, sollte diese nicht nur einfach verteilen. Warum aus der Übergabe nicht ein kleines Event machen? Warum nicht das Geschenk zum Erlebnis werden lassen?

Buchen Sie beim nächsten Stadtfest doch mal einen Zauberer, der Ihre Werbegeschenke aus dem Hut zaubert. Oder lassen Sie Ihre Give-aways an einem sonnigen Samstagnachmittag von einem Clown in der City unters Volk bringen. Ein guter Entertainer wird gewiss nicht nur die Blicke der Passanten auf sich ziehen, sondern auch Ihre Aufmerksamkeit gewinnen. Er wird Kinder und Erwachsene in sein Spiel mit einbeziehen und die Fußgängerzone oder Einkaufspassage zur Bühne für Ihre Werbepäsentation machen. Aber auch die Weihnachtszeit eignet sich hervorragend, um Ihre Werbegeschenke durch einen Weihnachtsmann, mit Sack und Rauschebart, unters Volk zu bringen.

4. Spuren auf dem Spielplatz hinterlassen!

Ein Beispiel aus der Praxis: Der Betreiber eines neu eröffneten Spielwarengeschäfts machte mit einer ungewöhnlichen Aktion auf sich aufmerksam – und zwar erfolgreich! Vier Wochen lang ließ er jeden Morgen die Sandkästen aller Spielplätze in seiner Umgebung sauber durchrechen. In die glatten Sandoberflächen wurden anschließend wunderschöne Muster und Bilder von zum Beispiel Pferden oder Feen eingezeichnet.



Damit nicht genug. Als Clou legte er kleine Bälle und andere Werbeartikel für Kinder mit dem Aufdruck seines Logos und seiner Werbebotschaft hinzu. Zielgruppenorientierte Werbung par excellence also.

Nicht nur die Kinder waren von der Werbeaktion begeistert, sondern auch die Lokalpresse wurde auf die Aktion aufmerksam. Die kostenlose PR inklusive Foto auf der Regionalseite, der dort ansässigen Tageszeitung waren nicht nur direkt werbewirksam, sondern stärkten natürlich auch das positive Image und den Umsatz des Unternehmers.



5. Personalisierter USB Stick

Künstler bewerben sich mit einer Präsentation ihrer Kunst. Unternehmen stellen sich per Firmenbroschüre vor. Der Musiker reicht sein Demotape ein, der Fotokünstler seine Fotomappe und das Unternehmen überreicht die Infoschrift.

Für den Übergebenden ist sein Werk natürlich immer ein Einzelstück – nicht aber für den Empfänger. Auf dessen Schreibtisch stapeln sich in der Regel unzählige weitere Einreichungen, die sich auf den ersten Blick gleichen – fast wie ein Ei dem anderen. Da gilt es, sich von der Masse abzuheben!

Verpacken Sie Ihre Kunst, Ihre Informationssammlung oder Ihre Bilder doch einmal auf eine andere Weise. Laden Sie die Daten auf einen personalisierten Speicherstick mit Ihrem Logo und der Internetadresse! So können Sie nicht nur sicher sein, dass Ihre Werbebotschaft auf dem Stapel ganz oben liegt, sondern bleiben auch längerfristig mit Ihrem Namen auf dem Stick präsent.

Vor allem wenn Ihre Konkursen die entsprechenden Daten, traditionell auf einen CD-Rohling oder per E-Mail dem Empfänger zusenden, können Sie durch einen USB Stick mit Ihrem Logo und der Internetadresse absonderst punkten. In vielen Fällen erzeugt die Darstellung Ihrer Webadresse soviel Aufmerksamkeit, das sich der Entscheider weitere Informationen über Ihr Unternehmen im Internet aneignet.



6. Heiße Boys und Girls verteilen im Sommer coole Falthüte

Es ist kein Geheimnis, dass attraktive Damen eine hohe Aufmerksamkeit erzeugen können. Aus diesem Grund ist die ganze Werbebranche voller schöner Frauen aber auch Männern. Warum nutzen Sie diese Phänomen nicht auch für Ihr Unternehmen?

Wenn junge, gutaussehende Männer oder Girls an einem heißen Sommertag kostenlose Falthüte mit ihrem Logo und ihrer Werbebotschaft auf Events, im Schwimmbad oder im Bier-



garten verteilen, werden sie alle Blicke auf sich ziehen. Und zwar geschlechterübergreifend! Die Frauen werden sich nach den Männern umsehen und die Männer den Girls hinterher staunen.

Mit etwas Glück ist in kürzester Zeit die gesamte Location mit den coolen Falthüten und Ihrer Werbebotschaft darauf übersät. Ist dies geschafft, setzen Sie noch einen oben drauf: Ein cooles Foto geschossen und mit einem pfiffigen Text versehen wird vielleicht sogar die Regionalpresse Ihre PR Aktion veröffentlichen.



7. Scheibenwischer an der Kreuzung

Unternehmen, die zum Beispiel in der KFZ-Branche tätig sind, können Ihren individuellen Werbegag aus dem Straßenalltag internationaler Großstädte beziehen. Was dort längst zur lukrativen Geschäftsidee avanciert ist und nicht selten für Ärger sorgt, kann mit wenig Aufwand ins Positive geschraubt werden.

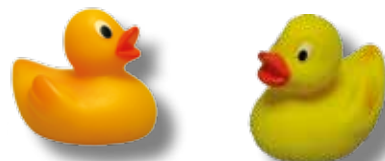
Engagieren Sie ein paar junge Leute, die an der Ampelkreuzung oder an günstig gelegenen Halteplätzen die Frontscheibe der haltenden Fahrzeuge reinigen. Und zwar kostenlos, gut gelaunt und natürlich mit Ihrem Logo und Ihrer Webadresse auf dem Shirt. Danach wird noch ein Eiskratzer mit den Daten Ihrer KFZ-Werkstatt oder Ihren Produkten dem Fahrer mit den Worten, überreicht: „Damit Sie auch im Winter immer klare Sicht haben – Ein kleines Geschenk der KFZ-Werkstatt in Ihrer Nähe!“ Fertig ist das positive Image. Wer solchen Service demonstriert, muss ja gute Arbeit abliefern!



8. Plastik-Enten im Stadtbrunnen

Wasser zieht die Menschen an und gerade in den Innenstädten sind Brunnen und Wasserspiele gut besuchte Oasen. Stets sind sie bevölkert von Kindern und den dazugehörigen Erwachsenen. Wer keine Kinder dabei hat, sieht den kleinen Wasserpanschern der andern zu. Die ideale Plattform also, um eine breite Zielgruppe mit Werbeinfos zu versorgen.

Was liegt näher, als eine Charge Plastik-Enten mit dem eigenen Logo versehen zu lassen und sie im örtlichen Stadtbrunnen zu Wasser zu lassen? 100 oder noch mehr leuchtende Plastik-Enten können beim besten Willen nicht übersehen werden. Und wer die Aktion doch verpasst hat, den wird das Stadtgespräch spätestens am nächsten Tag auf dem Laufenden halten. Selbstverständlich dürfen die Kleinen die Plastik-Enten auch mit nach Hause nehmen und so Ihre Werbebotschaft weitertransportieren.





9. Hochwertige Werbegeschenke mit persönlichem Händedruck

Kundenpflege ist in jedem Business wichtig. Diese Erkenntnis ist nicht neu. Gerade was die Versendung von Werbegeschenken angeht, kommt sie zum Tragen, denn kleine Geschenke erhalten ja bekanntlich die Freundschaft.

Wer aber nur nach den gängigen Richtlinien handelt und statt des Menschen nur den Kunden sieht, verschenkt nicht nur ein Werbepräsent, sondern er verschenkt im wahrsten Sinne auch großes Potenzial. Und das gilt umso mehr, je größer und wertvoller das Präsent.

Nehmen Sie deshalb das unpersönliche aus dem Begriff „Kundenpflege“ heraus. Verleihen Sie dem Marketinginstrument „Kundenpflege“ ein Gesicht! Sie werden mit Sicherheit einen ganzheitlichen Erfolg verbuchen können, wenn Sie bei Ihren A-Kunden mindestens einmal im Jahr persönlich vorbei schauen und bei der Gelegenheit ein hochwertiges und nützliches Werbepräsent überreichen – gemeinsam mit einem herzlichen Händedruck.

Verteilen Sie keine Werbeartikel für die Stiftbox oder die Schubladeablage, sondern verteilen Sie hochwertige Qualität, das auf Ihr Unternehmen übertragen werden kann.



10. Hotelbademantel im Gepäck? Aber gerne doch!

Normalerweise ist der Hotelbademantel eine Leihgabe. Er hängt bei der Anreise im Zimmer bereit und wird nach Abreise für den nächsten Gast gereinigt. Denn auch dieser wird es genießen, nach dem entspannenden Bad oder der erfrischenden Dusche in den Kuschelvelours zu schlüpfen. Natürlich ist dieser von hochwertiger Qualität – man möchte ja, dass seine Gäste sich wohl fühlen.

Hochwertige Qualität hat natürlich seinen Preis – Hotelbademäntel sind keine kleinen Werbepräsente. Und jedem Gast den Hotelbademantel zu schenken, ist eine immense Investition. Dennoch lohnt sich für Hotelbetreiber die Überlegung, seinen Gästen den Hotelbademantel bei der Abreise zum Geschenk zu machen.

Ein Wellness-Hotel hat dieses Konzept in die Tat umgesetzt und auf diese Weise sein positives Image in das eigene Heim der Hotelgäste transferiert. Der Gast konnte sich auch zu Hause nach der Dusche in den weichen Bademantel hüllen und sich per Hotellogo an die schönen Wellnessstage zurück erinnern. Für das Hotel brachte die mutige Aktion ein eindeutiges Ergebnis: Die Zahl der Stammgäste stieg um 60 %.



Und? Eine passende Werbeaktion gefunden?

Wir hoffen, dass bei unseren Tipps auch für Sie und Ihr Unternehmen die passende Idee dabei war. Nutzen Sie den kreativen Impuls und entwickeln Sie Ihre eigene Guerilla-Aktion selbst weiter. Die Möglichkeiten sind so vielfältig wie Ihre Ideen!

Die vorgestellten Werbeartikel zeigen selbstverständlich nur einen kleinen Ausschnitt aus unserem Werbeartikelsortiment. Machen Sie sich unter **www.pasch.net** selbst ein Bild, über unsere kreative Produktpalette und erleben Sie, welche Werbeprodukte es neben den gängigen Werbeartikeln sonst noch gibt. Genau hier liegt Ihre Chance!

Sich von der Masse abheben, kann so einfach sein, wenn man es wagt.

Ohne Ärger wirbt es sich besser!

Unsere Werbeideen sind Vorlagen und Denkanstöße und keine direkte Aufforderung zur Nachahmung. Gerade für eine Guerilla Marketing Aktion müssen die rechtlichen Rahmenbedingungen im Vorfeld genau geprüft werden. Und nicht vergessen: Aktionen in der Öffentlichkeit und dort, wo das Hausrecht greift, müssen zuvor genehmigt werden, damit der Schuss nicht nach hinten los geht.

Das gesamte Team von PASCH Werbeartikel steht Ihnen auch gerne telefonisch zur Verfügung. Rufen Sie uns! 06151 - 45789

Impressum:
PASCH - Werbeartikel / Messebau / Drucksachen
Inhaber: Markus Paschke
Heidelberger Str. 82
64285 Darmstadt

Tel.: +49 (0) 6151 - 4 57 89
Fax: +49 (0) 6151 - 4 57 80

E-Mail: info@pasch.net
Internet: www.pasch-group.de