

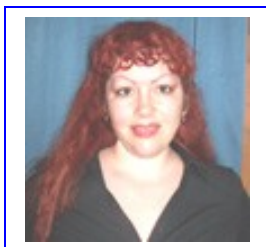
Témakörök: kkv hirdetések, offline hirdetés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, marketing tanfolyam vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, kisvállalati gondolkodásmód

Hogyan növeld hirdetéseid hatékonyságát?

A mikro-és kisvállalkozások nagy része gyakran ismétlődő problémákkal küzd, melyekből most egyet ki is ragadok, hogy kicsit közelebbről is szemügyre vegyük.

Probléma I.: drága a hirdetés a nyomtatott sajtóban!

Nézzük meg, hogyan orvosolhatjuk ezt a problémát!



Remélem hasznodra válik majd ez a kis tanulmány!

Üdvözlettel,

Uccinál Doris

Témakörök: kkv hirdetések, offline hirdetés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, marketing tanfolyam vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, kisvállalati gondolkodásmód

Míg a multik marketing eszköztárába csak ritkán tartozik a nyomtatott sajtóban történő hirdetések feladása, a mikro- és kisvállalkozások számára az egyik leghatékonyabb hagyományos marketing eszköz lehet-feltéve, ha jól készítjük el a hirdetést!

Nos, a legnagyobb probléma az, hogy drága a hirdetés a nyomtatott sajtóban, és így csak egyszer-egyszer jelenhetne meg...

Mi a megoldás?



- Hirdess az Apróhirdetés rovatban, és használj kiemelést(csak ne kereteset, mert elveszik a többi keretes kiemelés közt!) Válaszd inkább a bekarikázásos kiemelési formát! Ez sokkal hatékonyabb!
- Minden héten jelenjen meg a hirdetésed! A hirdetés legyen rövid, tömör, célja a figyelemfelkeltés!
- Legyen csak 1-2 mondatos (így nem lesz drága), de az legyen

Copyright by Vállalkozó Tanoda 2010
A magyar kisvállalkozók iskolája!
www.vallalkozoi-tanfolyamok.net



Témakörök: kkv hirdetések, offline hirdetés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, marketing tanfolyam vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, kisvállalati gondolkodásmód

tömény és ütős! Légy bátor, merj mást mondani, mint a többiek!

Légy kicsit provokatív, agresszív, meghökkentő!

A bátraké a szerencse, a sablonos, száraz hirdetésekben mindenki elalszik!

- A cél, hogy egy rövid, de figyelemfelkeltő hirdetéssel felkeltsük az érdeklődést!

Beiktathatsz határidőt, vagy egyéb "korlátot" is, hogy legyen kényszerítő tényező!

Milyen emberi érzelmekre célozz a hirdetéseidben, hogy az a lehető legtöbb érdeklődőt szállítsák?

Vajon hatnak-e egyáltalán a hirdetéseid az emberekre érzelmileg, és ha igen, akkor hogyan?

Néhány „fülben” összefoglalom, hogy milyen emberi érzelmekre kell hatnia a hirdetéseidnek ahhoz, hogy sikeresek legyenek.

A hirdetésedben:

- Helyezz kilátásba egy veszélyforrást (ennek elkerülése végett hívjon Téged) ez ugyanis a célcsoport félelem-nyomógombját kapcsolja be!

példa: Gyermek átköhögi az éjszakát, fullad? Kerülje el a további ijesztő köhögési rohamokat! Hívjon máris a nyugodt, stresszmentes éjszakákért!

Témakörök: kkv hirdetések, offline hirdetés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, marketing tanfolyam vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, kisvállalati gondolkodásmód

vagy

- Helyezz kilátásba egy veszteség érzést!

vagy a másik oldal:

- Helyezz kilátásba egy lehetséges haszon-érzést!



vagy

- Célozz az emberi irigységre!

példa: Lehet, hogy az Ön konkurenciája már rég használja ezt a megdöbbentően hatékony marketing eszközt, páratlan extra bevételt produkálva!

- Célozz a probléma tudatukra! Ha pedig nincs ilyen, akkor tessék probléma tudatot generálni!

példa: A nők többsége elhízik szülés után! Ki mondja ezt? Mi rácáfolunk! Hívjon máris, és szerezze vissza szülés előtti versenysúlyát, vagy

Copyright by Vállalkozó Tanoda 2010

A magyar kisvállalkozók iskolája!

www.vallalkozoi-tanfolyamok.net



Témakörök: kkv hirdetések, offline hirdetés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, marketing tanfolyam vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, kisvállalati gondolkodásmód visszafizetjük a kezelés teljes árát!

Itt már egy garanciát is beépítettünk, ami növeli a bizalmat.

A probléma tudat generálásra kedvenc példám a mobiltelefonos

példa: régebben a mobiloktól nem vártunk el többet, mint hogy telefonálni tudjunk rajtuk, vagy az ébresztési funkciót használtuk. Ma már fényképeznek, wapolnak, kameráznak stb.



Egyenesen ciki a fiatalok között, ha nem tud a telefon efféle hasznos funkciókat, és a mobiltelefon cégek nagyon ügyesen (és sikeresen) generálnak az újabb-és újabb funkciókkal probléma tudatot a mobiltelefon függők körében.

A probléma tudat generálás megér egy külön cikket, úgyhogy ezt a későbbiekben majd részletesen boncolgatom.

Témakörök: kkv hirdetések, offline hirdetés, marketing stratégia, kisvállalati marketing, ingyenes tanulmány, kisvállalkozói marketing, vállalkozás fejlesztés, marketing tanfolyam vállalkozói tanfolyamok, egyéni vállalkozó, kisvállalati gondolkodásmód

Sikeres vállalkozás kíván Neked,

Weinzierl Anett

felőttképzési szakértő, KKV marketing tanácsadó

és a

Vállalkozó Tanoda csapata!

Vállalkozó Tanoda

Budapest-Pécs

A magyar kisvállalkozók iskolája!

www.vallalkozoi-tanfolyamok.net

Még több ingyenes cikkért és tanulmányért iratkozz fel Vállalkozói

Hírlevelünkre!

http://www.vallalkozoi-tanfolyamok.net/vt_hirlevel.htm

Copyright by Vállalkozó Tanoda 2010

A magyar kisvállalkozók iskolája!

www.vallalkozoi-tanfolyamok.net

