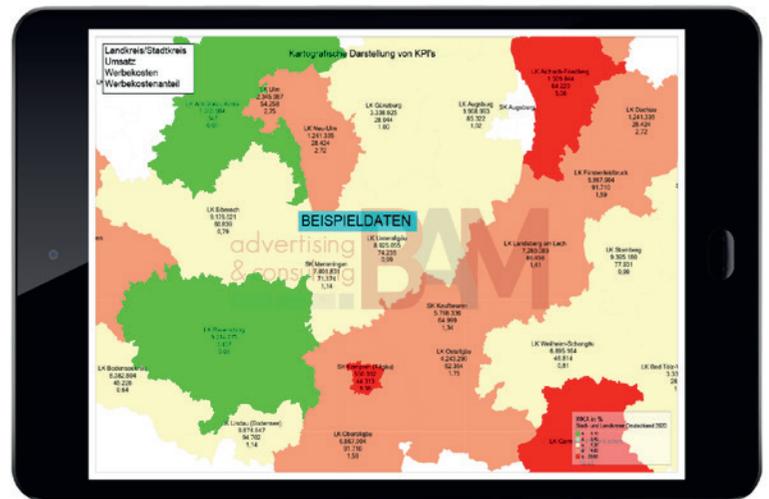


Erfolgreiches Marketing braucht Controlling

Teil 3 der Serie: Mehr Erfolg durch gezieltes Marketing.

Marketing ohne Controlling bringt auch Erfolg – aber zufällig. Besonders in schwierigen Zeiten ist die Aussteuerung der Marketingmaßnahmen ein entscheidender Faktor für Erfolg und Misserfolg. Die Werbebudgets geraten unter Druck, es wird zunehmend wichtiger den Erfolg von Maßnahmen zu messen und zukünftige Ausgaben daran auszurichten.



2024 Onlinewerbung erstmals über 50 Prozent

Durch die vielen Möglichkeiten vor allem im digitalen Bereich (SEA, Social-Ads, Bannerwerbung etc.) wird es immer schwieriger den Überblick zu behalten. Im Jahr 2024 werden die deutschlandweiten Werbeausgaben zum ersten Mal zu über 50 Prozent in Onlinewerbung fließen. Wie bei allen anderen Werbemaßnahmen gilt hier auch: Idee, Umsetzung und Kontrolle bilden einen wichtigen Kreislauf der ständig fortgeführt werden muss.

Effizienter Einsatz des Werbebudgets

In der Onlinewerbung lassen sich alle Maßnahmen genau auswerten und auch bewerten. Problematisch bleibt oftmals die Effizienzmessung für den stationären Handel.

Couponing kann hier unterstützen, ebenso wie stichpunktartige Kundenbefragungen. Wichtig bleibt die Bewertung der Ausgaben für die „Gießkannenmedien“. Ausschlaggebend für eine nachhaltige Bewertung ist die Erfassung aller Daten. Sowohl die Ausgaben wie auch die Einnahmen aus beworbenen Regionen sind entscheidend. Wichtig ist eine intern fixierte Zielgröße und ein Benchmarking.

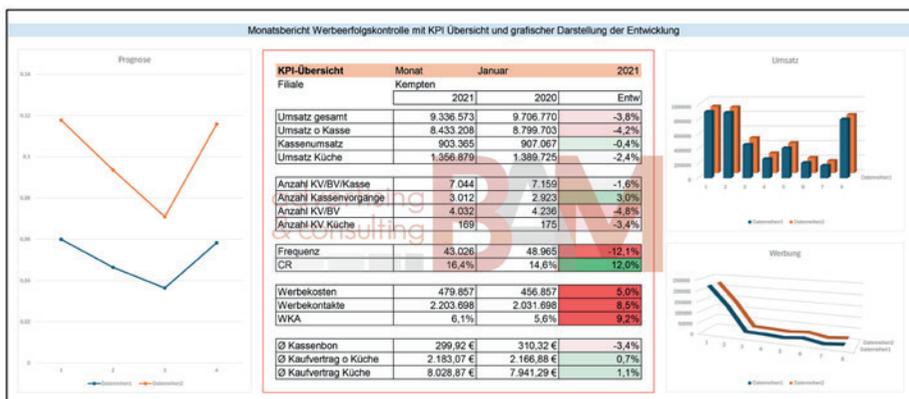
Neben unmittelbaren Umsatzauswirkungen können auch die Interaktionen von potenziellen Kunden ein wichtiger Faktor für den Erfolg einer Werbemaßnahme sein. Der Aufruf von Inhalten über QR-Codes stellt eine, inzwischen vom Endverbraucher gelernte, Möglichkeit dar. Noch besser zu bestimmen sind Erfolge in der Direktwerbung. Mit entsprechenden CRM-Systemen ge-

lingt es, alle Reaktionen der angesprochenen Kunden festzuhalten und daraus für die Zukunft zu lernen.

Vergleicht man alle Maßnahmen miteinander, kommt man schnell zu einem Controllingkreislauf, der es ermöglicht, jede Ausgabe im Marketing zu bewerten. Dabei spielen auch Tests und Versuche mit neuen Medien eine große Rolle. Nur so gelingt es, auf dem bestmöglichen Stand an Entscheidungsindizes zu bleiben. Hierfür ist eine Menge an Grundlagenarbeit notwendig – diese sollten Sie aber nicht scheuen.

Kontaktieren Sie uns...

...um Ihre Marketing-Strategie zu optimieren und Ihre Werbeausgaben so effizient wie möglich einzusetzen. Wir freuen uns auf die Aufgaben, die Sie uns stellen.



zur BAM-Homepage

BAM GmbH Werbeagentur

Bahnhofstraße 10
86842 Türkheim
Telefon 08261 2105201
info@bam-werbeagentur.de
www.bam-werbeagentur.de