



Umsatzmaximierung im lokalen Anzeigenmarkt

Eine Programmvorstellung für



MIT WEM HABEN SIE ES ZU TUN

Ricky McKenna

Geschäftsführer / Gesellschafter

25 Jahre Medienerfahrung

über 90 Verkaufsprojekte erfolgreich abgeschlossen





DAS SIND WIR!



- 7 über 55 Jahre Medienerfahrung
- Iangjährige Partnerschaften
- internationale Ausrichtung



NEUE KUNDEN SEIT 2015/2016









Ruhr Nachrichten

Münsterland Zeitung

Dorstener Zeitung

Das Beste am Guten Morgen



Mittelbayerische



DIE PROJEKTVORSTELLUNG AbsoluteSales



DAS ZIEL DES PROJEKTS

- 1. Umsatzmaximierung lokale Märkte
- 2. Neukundengewinnung
- 3. Bestandskunden-Bindung





STELLEN SIE SICH FOLGENDES VOR



- Bis zu 30 Termine pro Mediaberater
- 7 Bis zu 30 % Abschlussquote
- Zangfristverträge



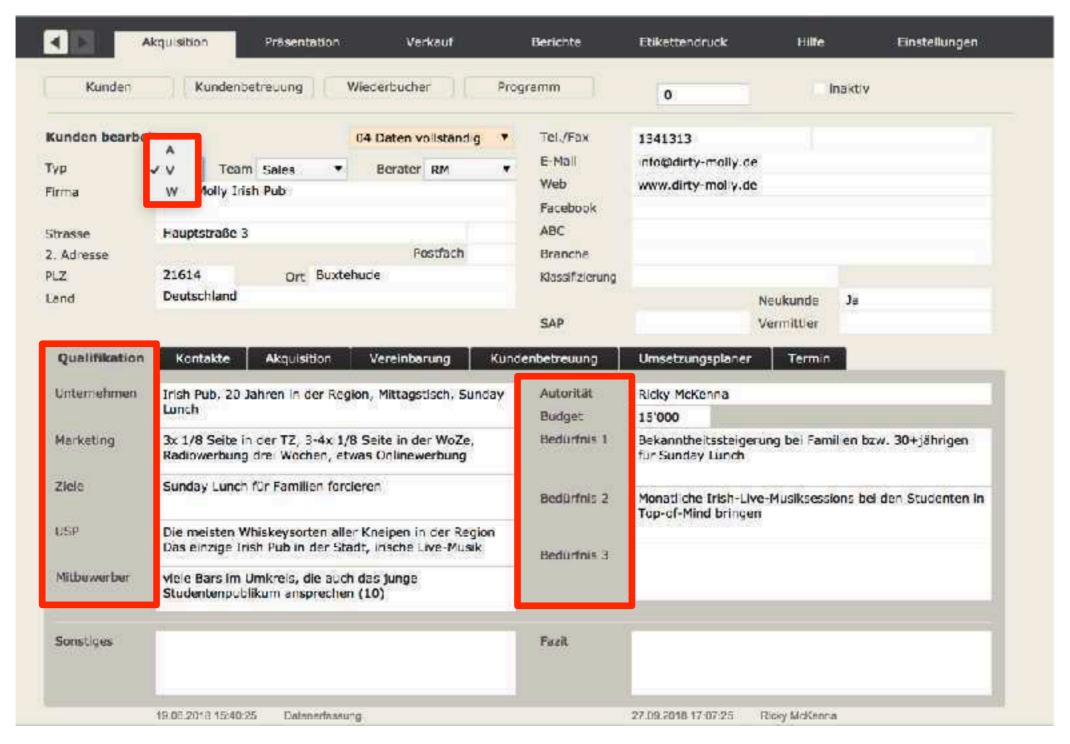
UNSER TÄTIGKEITSFELD

Neukundengewinnung im lokalen/regionalen Werbemarkt mit System!





INFORMATIONSGEHALT DATENBANK





DATENBANK-QUALITÄTEN

Wir unterscheiden nach drei Kundentypen:

Vorzugskunde Kauft am wahrscheinlichsten

Sie haben regelmäßig persönlichen Kontakt

Marketingziele bestens bekannt

Werbeaffin, ausreichendes Werbebudget

Allgemeinkunde Werbeaffin, ausreichendes Werbebudget

Firma ist bekannt

Entscheider u.U. unbekannt

Wiederbucher Kunde vom

Vorjahresprogramm



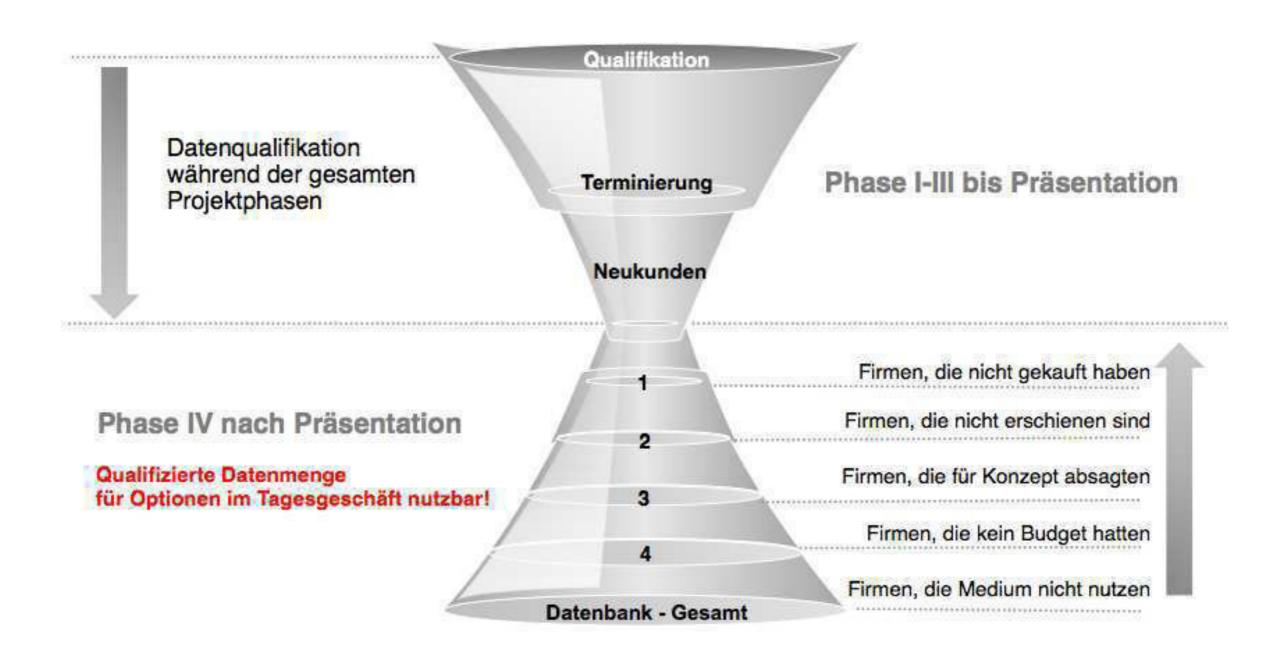
DATENBANK-QUALITÄTEN

Der Kunden-Profiler für KMU

Middlenderatible						
Worbekunac:						
Ansprechpartner:						
Stri briefs, par in	WASTER CANADISCO	re etc Enminette	and the state	mention.	n,mey	
Funktion:						
Unternehmansstruktur;	☐ Handelogruppe/katte		☐ Unalphängig			
Ort:						
Branche						
L. Autos	LI Lebensmittelnandel			☐ Renoverung/Sanierung		
☐ Gastronomie/Hctelene	☐ immobiliengewerbe			☐ Einzelhan/gelageschaft		
L. Service-/Dieretleictor	LI Baugewerbe		☐ Tourismusbrancha			
☐ Sonsilge:						
Herausforderungen im Mar	kt					
ntemenmar stehen oft vor besonderen ges araustomanungen im Markt. Bitts sagen Si genden Aussagen eine Herauslorderung f	e mir, inwiewait die	tense Haraus-	Qeringe (forase	3 heraus- fordered	4 aprichara Floraco	5 PERMA Heraus
deuten		forderung	lordaning		fonderung	forcesung
inne umsatze sind rückläufig oder stagnic	eren					
Es herrschi eine starks lokale Wettbewerbssituation						
Ihr Bekanntheitsgrad ist zu gering						
Sie haben kein Budget für Werbemassnahmen						
Thre Werbung ist nicht effektiv genug				П		
Sie haben kein klares Unterscheidungsmerkmat						
Sie haben nicht genügende Neukunden						
likesa felali es en 7 mdelaladura		П	П			m



DIE DATENVERWERTUNG PHASE I - IV





BUSINESS MEETS MEDIA PHASE



- Prozessbeschleuniger im Verkauf
- Z Kundenzufriedenheit



BUSINESS VERANSTALTUNG MIT MEHRWERT







BEGLEITENDE SCHULUNGEN ZUR UMSATZOFFENSIVE

Projektdauer: ca. 4 Monate







SCHULUNGEN PLUS UMSATZOFFENSIVE

Markt- und Potenzialanalyse



Kundenbedarfsanalyse



Terminvereinbarung



Einwandbehandlung



Verkaufsabschluss



After-Sales-Service









DIE ERSTELLUNG DES ANGEBOTS



ZIEL DES JAHRESANGEBOTS FÜR DEN KUNDEN

- Zungfristige Kampagnenplanung
- Regelmäßiger Werbeauftritt
- Zeistbarer Werbeauftritt
- Zungfristige Bekanntheitssteigerung
- Crossmedia Print und Online





KRITERIEN DER ANGEBOTSERSTELLUNG

- Wettbewerb in der Region
- 7 Tariftreue
- Crossmedia Print und Online
- 7 Unternehmensstruktur in Region





PRINZIP DER VERKNAPPUNG

Günstigstes Angebot

Kurzer Aktionszeitraum

Begrenzte Anzahl

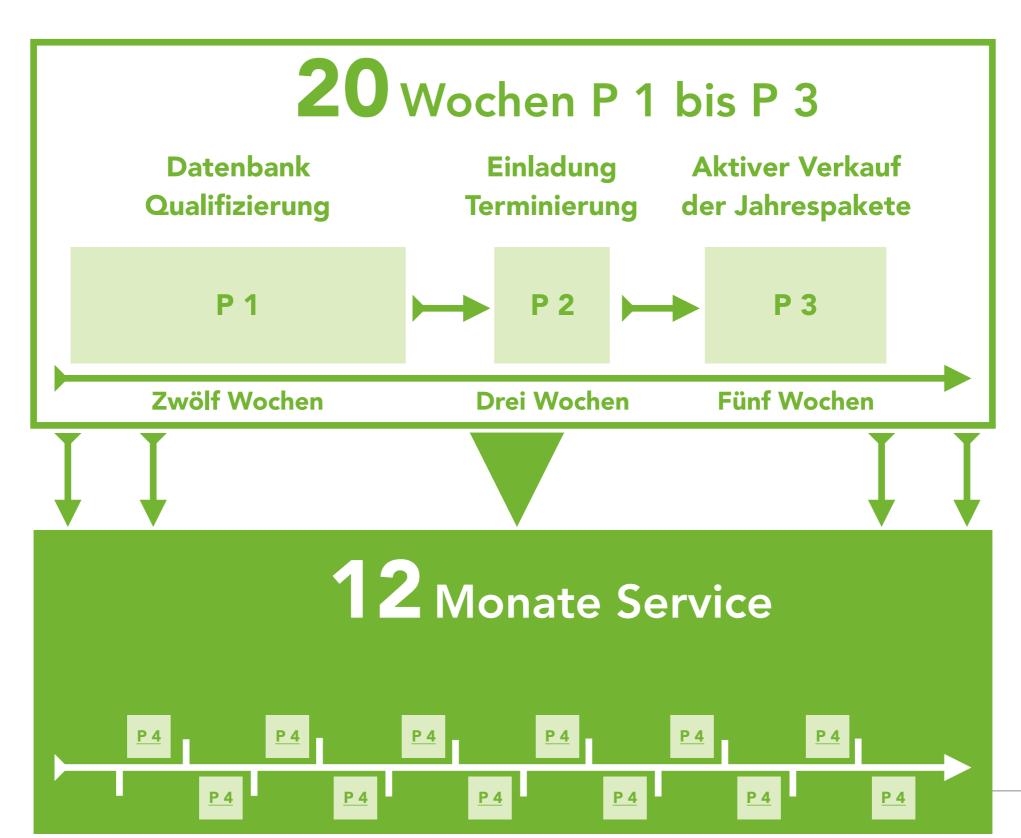


BEISPIELHAFTES JAHRESANGEBOT

	BASIC	BUSINESS	PREMIUM				
Die Schaltung sämtlicher Paketbestandteile erfolgt jeden Monat für ein ganzes Jahr!							
Zeitung Lokalausgabe	92 x 100 mm	139 x 100 mm	281 x 100 mm				
Zeitung Textteil Lokalausgabe	-	53 x 100 mm	53 x 100 mm				
Wochenzeitung Lokalausgabe	92 x 100 mm	139 x 100 mm	281 x 100 mm				
Wochenzeitung am Wochenende Lokalausgabe	92 x 100 mm	139 x 100 mm	281 x 100 mm				
Webseite Startseite Region Banner; Laufzeit 1 Woche	Banner 728 x 90 px	Banner 728 x 90 px	Banner 728 x 90 px				
Gesamtpreis pro Monat (netto) Laufzeit 12 Monate	299 €	499 €	699 €				



DIE PHASEN IM ZEITLICHEN ÜBERBLICK





IHRE VORTEILE



1. VORTEIL - GEWINN

- Neukundengewinnung
- Zusatzumsatz aus Bestandskunden
- 7 12-Monatsbindungen
- Planbare Provisionen für Mediaberater





2. VORTEIL - SICHERHEIT

- Regionale Identität im Konzeptablauf
- Konzentrierte Kundenansprache
- Direkte Abschlüsse = Messbarer Erfolg
- Verkürzte Entscheidungsprozesse





3. VORTEIL - KUNDEN

- Nachhaltiger Service am Kunden
- Hohe Akzeptanz der Veranstaltungen
- Upsell im weiterem Verlauf
- Marketing-Tool für das Medienhaus





Gemeinsam zum Erfolg!

Kunden finden

Kunden binden

Kunden begeistern

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

