

Wie kann ein (Online) Werbe-Kit aussehen?

Wer eine Website besitzt und diese **aktiv online** und **offline** bewerben will, braucht stets entsprechendes Promotion-Material. Welche Werbeunterlagen sollten Websitebetreiber bereithalten?

Werbepbanner

Grafische Werbepbanner werden immer mal wieder benötigt. Schwierig wird es, wenn jeder Werbepartner eine andere Grösse verlangt. Banner werden in den Formaten GIF, JPG oder Flash erstellt. Die bekanntesten Bannermasse lauten in Pixeln: 156 x 60, 234 x 60, 400 x 50, 468 x 60. Das Gewicht der Dateien sollte 10 KB nicht überschreiten. Da Banner nach einiger Zeit ausbrennen (d. h. sie verlieren ihre Wirkung), sollte man einen zweiten bzw. weitere Sets zur Verfügung stellen können.

Textbanner

Als Alternative zu grafischen Werbepbannern gibt es Textbanner. Hier erspart man sich die Zeit für die Gestaltung, muss diese aber für möglichst griffige Texte investieren. Textbanner umfassen in der Regel 2 bis 3 Sätze und schliessen mit einer Handlungsaufforderung (Klicken Sie jetzt, bestellen Sie, etc.)

Keywords

Wie heissen die Schlüsselwörter rund um Ihr Geschäft? Listen Sie alle Wörter sortiert nach Wichtigkeit auf. Für das Online-Marketing (Anmeldung in Suchsystemen, Erstellung von Kleinanzeigen, etc.) brauchen Sie diese Schlüsselwörter immer mal wieder.

Meta-Tags / Pitch Elevator

Für die Anmeldung in Suchsystemen, für Einleitungen auf der Homepage und für Visitenkarten brauchen Sie immer mal wieder ein bis zwei knackige Sätze, die Ihre Dienstleistungen optimal beschreiben. Verwenden Sie in diesen Sätzen Ihre wichtigsten Schlüsselwörter. Jeder kann sich vorstellen was Sie machen, wenn auf Ihrer Visitenkarte „Bäckerei“ steht. Was aber macht konkret eine Firma, auf deren Visitenkarte „Verfahrenstechnik“ steht? Hier helfen zwei erläuternde Sätze schnell weiter.

Firmen-Portrait

In einigen Branchenportalen gibt es jeweils die Möglichkeit die eigene Firma in Form eines Portraits vorzustellen. Hier benötigen Sie in der Regel einen längeren Text und komprimierte Bilder im JPG-Format.

Slogan

Einen griffigen Slogan braucht (fast) jeder der Werbung schaltet.

USP

Dieses Kürzel steht für Unique Selling Proposition. USP definiert den Unterschied zwischen einer Firma und ihren Mitbewerbern. Wie lautet der USP Ihres Betriebes?

Firmenlogo und Fotos

Halten Sie gute Fotos in mehreren Formaten und Grössen (JPG und TIF) zur Verfügung. Sujets: Firmensitz, Mitarbeiter, Produkte, ...

www.task-force.ch

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Walser Organisation

Täschenstr. 4

CH - 9410 Heiden

Tel. ++41 / 71 / 890 01 90

info@task-force.ch

<http://www.task-force.ch>

Die Task-Force hilft ihren Kunden den Internetauftritt mit den darin enthaltenen Produkten und Dienstleistungen mit Website-Promotion-Massnahmen besser zu vermarkten. Sie analysiert Websites auf ihre Benutzerfreundlichkeit in technischer und marketingmässiger Hinsicht.

- ✓ Website-Analyse
- ✓ Website-Optimierung
- ✓ Website-Pflege
- ✓ Website-Beratung
- ✓ Website-Promotion

Stand: 13.11.2009

Diese Checkliste ist Freeware. Sie können die Datei unentgeltlich Ihren Freunden und Bekannten weitergeben, es auf Ihrer Webseite zum kostenlosen Download anbieten, es als Bonus zu Ihren Produkten anbieten, auf anderen Datenträgern veröffentlichen, etc.

Voraussetzung für die Weitergabe ist, dass immer nur die unveränderte Originaldatei weitergegeben wird und der Inhalt in keiner Weise verändert wird. Die Weitergabe gegen Entgelt ist ausdrücklich untersagt. Reproduktion, auch auszugsweise, nur unter Verwendung der Quellenangabe <http://www.kundennutzen.ch>

www.task-force.ch