

WIE FUNKTIONIERT CROSSMEDIALE KOMMUNIKATION?

VON DER IDEE ZUR ERFOLGREICH UMGESETZTEN CROSSMEDIA KAMPAGNE MIT UNSEREM KNOWHOW

Ein Mann springt aus einem Heißluftballon und stürzt 38.000 Meter in die Tiefe, tausende Menschen verfolgen den Rekordsprung am Fernseher oder Internet und noch mehr diskutieren die Aktion in Blogs, Foren und bei Facebook. In Erinnerung bleibt der Springer Felix Baumgartner, doch mindestens genauso der Sponsor

– Red Bull. Die „Red Bull Strato“-Kampagne war ein genialer Schachzug des Getränkeherstellers und ein Paradebeispiel für crossmediale Kommunikation. Bereits Wochen vor der geplanten Aktion liefen umfangreiche Dokumentationen im Fernsehen, auch das Radio berichtete flächendeckend. Eine eigens eingerichtete Website

berichtete über das Spektakel und über allem prangte das Logo von Red Bull. Ein ausgeklügelter Zeitplan, ein breitgefächertes Medieneinsatz, ein enormer Wiedererkennungswert und ein hohes Mitmachpotenzial – **das sind die Mechanismen für erfolgreiches Crossmedia Marketing.**

WAS BEDEUTET CROSSMEDIA?

Crossmediale Kommunikation basiert auf der Streuung von Kampagneninhalten mehrerer Medien.

Was auf den ersten Blick kompliziert klingt, ist eigentlich ganz einfach. Es bedeutet, dass mehrere Medienkanäle für eine Kampagne genutzt werden. Alle Medien, die dabei zum Einsatz kommen, folgen einem festen Leitmotiv. Daraus entsteht ein Kommunikationsmix mit hohem Wiedererkennungswert. Die Zielgruppe erhält so die Möglichkeit, sich über mehrere Kanäle mit einem Produkt

oder einer Marke auseinanderzusetzen. Eine solche Crossmediale Kampagne könnte sich zum Beispiel aus einem Werbefilm im Fernsehen sehen, einer Website mit passenden Hintergrundinformationen und einer interessanten Mitmach-Aktion bei Facebook zusammensetzen. Die Zielgruppe wird somit multisensorisch, also mit allen Sinnen, angesprochen. Sie können die Kampagne im Radio hören, Videos bei YouTube verfolgen, Blogartikel lesen und in Foren selber mitreden.

CROSSMEDIALES MARKETING

- Einsatz mehrerer Medien
- Multisensorisch
- Durchgängiges Leitmotiv
- Hoher Wiedererkennungswert
- Interaktive Wirkung

WIE FUNKTIONIERT CROSSMEDIALE KOMMUNIKATION?

WELCHE MEDIEN WERDEN GENUTZT?

Bei einer Crossmedia Kampagne werden mindestens drei verschiedene Kanäle sowohl aus dem Online- als auch aus dem Offline-Bereich kombiniert und genutzt.

Neben den klassischen Medien bekommen die neuen Medien immer mehr Bedeutung. Eine kampagnenbegleitende Website ist inzwischen obligatorisch, auch Blogs, Foren und Banner gehören zum Onlinemix. Social-Media-Kanäle wie Facebook und Twitter sor-

gen für die Interaktion mit der Zielgruppe und optische Reize können im Visual-Media-Bereich via YouTube oder Instagram gesetzt werden. Je nach Zielgruppe und Produkt sollten auch die klassischen Offline-Medien wie Fernsehen, Kino, Radio oder alle Formen der Printwerbung nicht vernachlässigt werden. Zuletzt erzeugt auch der direkte Kontakt auf Messen oder Promotion-Touren große Wirkung innerhalb der Zielgruppe.

WIE FUNKTIONIERT CROSSMEDIA MARKETING?

Eine Crossmedia Strategie folgt einer thematisch abgestimmten Leitidee, einer Story, die sich in allen Medien wiederfindet.

Dieser „rote Faden“ bildet das Motto der Kampagne und setzt sich nicht nur redaktionell durch, sondern auch visuell. Wiederkehrende Farben, Schriften, Bilder und sogar Töne bilden das Corporate Design und sorgen für den erwünschten Wiedererkennungswert der Kampagne. Dafür ist zudem

ein gut abgestimmter Zeitplan nötig, der bereits zu Beginn einer Kampagne festgelegt werden muss. Zudem sind alle genutzten Kanäle miteinander vernetzt und integriert, die Zielgruppe wird somit zu einem bestimmten Zielmedium gelenkt. Dieses Zielmedium wertet schließlich den Erfolg der Kampagne aus, z.B. wird das Nutzverhalten ausgewertet und die Zugriffsraten werden gezählt. Der Mehrwert für die Zielgruppe sollte dabei im Vordergrund stehen.

CROSSMEDIA-KANÄLE

- Mindestens 3 Kanäle
- Online-Medien wie Website, Blogs, Banner usw.
- Social Media
- Offline Medien wie TV, Radio, Print
- Messen, Promotion, Events

CROSSMEDIA-STRATEGIE

- Wiederkehrende Story
- Corporate Design
- Integrierter Zeitplan
- Festgelegtes Zielmedium
- Mehrwert für Zielgruppe
- Messbarkeit des Erfolgs

WIE FUNKTIONIERT CROSSMEDIALE KOMMUNIKATION?

CROSSMEDIA MARKETING VOM EXPERTEN

Sie suchen einen Spezialisten für Crossmedia Kommunikation – wir unterstützen Ihre Kampagne in allen Kanälen!

Als Werbeagentur im Großraum Nürnberg, Fürth, Erlangen und München haben wir uns auf crossmediale Marketingstrategien für Produkt- und Markenkampagnen spezialisiert. Unsere langjährige Erfahrung und Expertise auf diesem Gebiet bestätigt uns – eine Kampagne muss über mehrere Kanäle

gestreut werden, um möglichst viele Kunden erreichen und binden zu können.

Unsere Aufgabe ist es, Ihr Unternehmen, Ihre Produkte oder Dienstleistungen crossmedial zu begleiten und dabei Ihre Ziele stets im Fokus zu behalten.

UNSERE LEISTUNGEN

- Emotional Brand Building
- Klassische Kommunikation
- Dialogmarketing
- Online Marketing
- Social Media

UNSERE BRANCHEN

- Food
- Lifestyle & Sport
- Nonfood
- Healthcare
- Kosmetik
- Services

CROSSMEDIA MARKETING – DIE CHECKLISTE

1. Ist eine durchgängige Leitidee in jedem Medium erkennbar?
2. Passen die ausgewählten Medien zu meinem Produkt?
3. Passen die ausgewählten Medien zu meiner Zielgruppe?
4. Sind der Zeitplan, das Design und die Inhalte miteinander abgestimmt?
5. Sind die ausgewählten Medien sinnvoll miteinander vernetzt?
6. Werden meiner Zielgruppe Interaktionsmöglichkeiten geboten?
7. Wird meine Zielgruppe multisensorisch („mit allen Sinnen“) angesprochen?
8. Wird meiner Zielgruppe ein Mehrwert geboten?
9. Gibt es ein Zielmedium, zu dem gelenkt werden soll?
10. Kann die Erfolgsrate auf meinem Zielmedium gemessen werden?

Sie planen eine Crossmedia Kampagne oder brauchen Unterstützung bei der crossmedialen Vermarktung ihres Produktes? Wir helfen Ihnen gerne weiter!