

# Werbung schnell und günstig buchen



Top Angebote



Außenwerbung



Radio



Print



Online



Mobile



TV



Kino

## 3 Beispielkampagnen zu TV-Werbung

crossvertise ist bekannt aus



## Hotel in Münster - Beauty- und Spa-Behandlung

### Herausforderung:

Ein Hotel in Münster will zunächst regional für eine neue Beauty- und Spa-Behandlung werben. Die neuartige Behandlungsmethode soll der Faltenbildung vorbeugen.

Beworben werden 3-tägige Erholungswochenenden sowie das Hotel im Allgemeinen. Langfristig will das Hotel auch überregional werben.

### Details:

- **Werbeaussage:** hochwertiges Produkt, Neuheit, das Hotel ist ein Ort der Entspannung und des Wohltuns
- **Budget:** 25.000 €
- **Geographisch:** regional
- **Zielgruppe:** 30-49 Jahre; eher Frauen, aber auch Paare und Männer, die auf Pflege achten oder Ihre Frauen verwöhnen wollen
- **Thema:** General Interest (breite Zielgruppe)
- **Werbeimpuls:** langfristig: Image verbessern und Bekanntheit steigern
- **Komplexität:** durchschnittlich
- **Wertigkeit:** mittelklassig
- **Zeitlich:** nicht genau definiert, mindestens 3 Wochen



## Hotel in Münster - Beauty- und Spa-Behandlung

### Lösung:

- Werbung im regionalen **TV**



### Nutzen:

- Es handelt sich um eine neue Anti-Falten-Technologie. Diese ist **erklärungsbedürftig**.
- Mit einem Werbespot kann das Hotel das **Produkt bzw. die Technologie zeigen** bzw. **vorführen**. Außerdem werden im Spot auch das **Hotel** an sich (Atmosphäre + Ausstattung) sowie die **Angestellten** vorgestellt.
- Das Produkt wird **emotional aufgeladen**.
- Fernsehwerbung schafft **Vertrauen**.
- Das Hotel kann schnell eine **hohe Reichweite aufbauen** im Vergleich zu anderen Medien.

## Reiseanbieter - neue Zielgruppe erschließen

### Herausforderung:

Ein bereits bekannter Reiseanbieter hat ein neues Angebot für ältere, kulturinteressierte Menschen und möchte damit eine neue Zielgruppe erschließen. Zuvor war die Zielgruppe des Unternehmens eher jünger angesiedelt. Ziel ist zunächst die ältere Zielgruppe zu einem Besuch der Website zu bewegen und dann natürlich im zweiten Schritt von der Buchung der Reise zu überzeugen.

### Details:

- **Werbeaussage:** Eine persönlich geführte, für kleine Gruppen organisierte Reise mit hohem Komfort zu den kulturellen Highlights Italiens. Die Route basiert auf Insidertipps.
- **Budget:** 50.000 €
- **Geographisch:** Bundeslandweit
- **Zielgruppe:** 50 – 69 Jahre
- **Thema:** General Interest (breite Zielgruppe)
- **Werbeimpuls:** saisonal bedingt
- **Komplexität:** durchschnittlich
- **Wertigkeit:** mittelklassig
- **Zeitlich:** nicht genau definiert, mindestens 3 Wochen



## Reiseanbieter - neue Zielgruppe erschließen

### Lösung:

- Werbung im regionalen **TV**



### Nutzen:

- Eine Studie zeigt, dass die **gleichzeitige Nutzung** des **Fernsehers** und **Handys** oder **Laptops ansteigt**. Deshalb ist dieses Medium hier im Hinblick auf die Ziele besonders wirkungsvoll.
- TV ist bei regionalen Sendern **verhältnismäßig günstig**.
- Der **Markenname** wird gestärkt.
- Durch eine Emotionalisierung kann besonders gut die angestrebte Angrenzung zu herkömmlichen Gruppenreisen aufgezeigt werden.
- Fernsehwerbung schafft **Vertrauen**.

## Frühstücksmarke – Abverkauf steigern

### Herausforderung:

Eine bekannte Frühstücksmarke möchte auf eine neue Produktvariation hinweisen und den Abverkauf ankurbeln. Hier stehen neben dem Produkt selbst auch der Markenname und damit das Image im Focus.

### Details:

- **Werbeaussage:** Frühstücksflocken, die mit Chia-Samen veredelt werden und auf gesunde Weise für einen noch besseren Start in den Tag sorgen sollen. Anbieter ist eine bekannte Firma aus dem Frühstückssegment.
- **Budget:** 500.000 €
- **Geographisch:** national
- **Zielgruppe:** alle Personen, im Besonderen, aber auch jene die sich gern ausgewogen und bewusst ernähren
- **Thema:** General Interest (breite Zielgruppe)
- **Werbeimpuls:** langfristig/ Image erhalten und Bekanntheit steigern
- **Komplexität:** durchschnittlich
- **Wertigkeit:** mittelklassig
- **Zeitlich:** nicht genau definiert, mindestens 3 Wochen



## Frühstücksmarke – Abverkauf steigern

### Lösung:

- Werbung im nationalen **TV**



### Nutzen:

- Der Nutzen und das Herausstellen des USP kann deutlich gezeigt werden.
- Bekanntmachung der Produktvariation, um die Einführung in den Markt zu erleichtern
- Das Produkt wird **emotionalisiert**
- Fernsehwerbung schafft **Vertrauen**
- Der Hersteller hat eine **hohe Reichweite** im Vergleich zu anderen Medien.