



Printmarketing - aktueller denn je?

Martin Gabriel hat sich mit der Frage, wie zeitgemäß Printmarketing im Zeitalter des Web 2.0 noch ist auseinander gesetzt und kommt zu interessanten Ergebnissen.

Als Inhaber einer erfolgreichen Werbeagentur in Düsseldorf kann Martin Gabriel auf langjährige Erfahrungen in der Werbebranche zurückblicken. Insbesondere hat Martin Gabriel beobachten können, dass das Internet sowohl den Käufer- als auch den Verkäufermarkt wesentlich beeinflusst und verändert hat, woraus die Frage resultiert, welche Auswirkungen diese Entwicklungen auf eine erfolgreiche Marketingstrategie haben.

Wie Online- und Printmedien sich ergänzen

Die jeweiligen Vor- und Nachteile der Online- und Printmedien unterstreichen Martin Gabriels These, nach dem nicht ein bestimmtes, sondern letztendlich der richtige Mix und Einsatz der jeweiligen Marketingtools den Erfolg einer Marketingstrategie bestimmt.

Abhängig von der Zielgruppe des jeweiligen Unternehmens, seinen Marketingzielen und seinen Produkten ist der Einsatz von Online-, bzw. von Printmedien erfolgsversprechender. Bei kleinem Budget und einer technikaffinen Zielgruppe ist das Online-Marketing sicherlich die bessere Alternative, während bei einer regionalen, älteren und weniger technikaffinen Zielgruppe den Printmedien der Vorrang gegeben werden sollte.

In seiner Düsseldorfer Werbeagentur GMG hat Martin Gabriel positive Erfahrung gesammelt, indem er die Online- und Printmedien kombiniert, um die jeweiligen Vorteile der Marketingtools voll auszuschöpfen.

Deshalb empfiehlt Martin Gabriel, sich nicht vorab für oder gegen Online-, bzw. Printmedien zu entscheiden. Vielmehr sollten Print- und Onlinewerbung ergänzend eingesetzt werden, sei es, um eine breitere Zielgruppe zu erreichen, oder um die Möglichkeit zu nutzen, dass die Medien jeweils aufeinander verweisen. Einige Internetsurfer blättern lieber wegen der Haptik durch einen gedruckten Katalog. So können Online-Portale dem Kunden die Alternative bieten, den Online Katalog zu nutzen oder einen gedruckten Katalog zu bestellen. Dieses ist nur eins von vielen weiteren möglichen Beispielen, die zeigen, wie sich Online- und Printmedien optimal ergänzen können.

Nach Martin Gabriels Einschätzung haben die Printmedien nichts an Aktualität eingebüßt. Im Gegenteil, in Kombination mit der Online-Werbung kann die Printwerbung sogar abhängig von der Zielgruppe, dem Unternehmensziel und dem Produkt den Wirkungsgrad noch einmal spürbar steigern.

Weitere Informationen zur Pressemeldung " Printmarketing - aktueller denn je? ", zu Martin Gabriel und der GMG Düsseldorf sind auf

<http://martingabrielduesseldorf.wordpress.com/>

und auf

<http://about.me/martingabriel>

zu finden.

Pressekontakt

GMG

Herr Martin Gabriel
Grafenberger-Allee 277-287
40237 Düsseldorf

gmg-stadtinfo.de
info@gmg-stadtinfo.de

Firmenkontakt

GMG

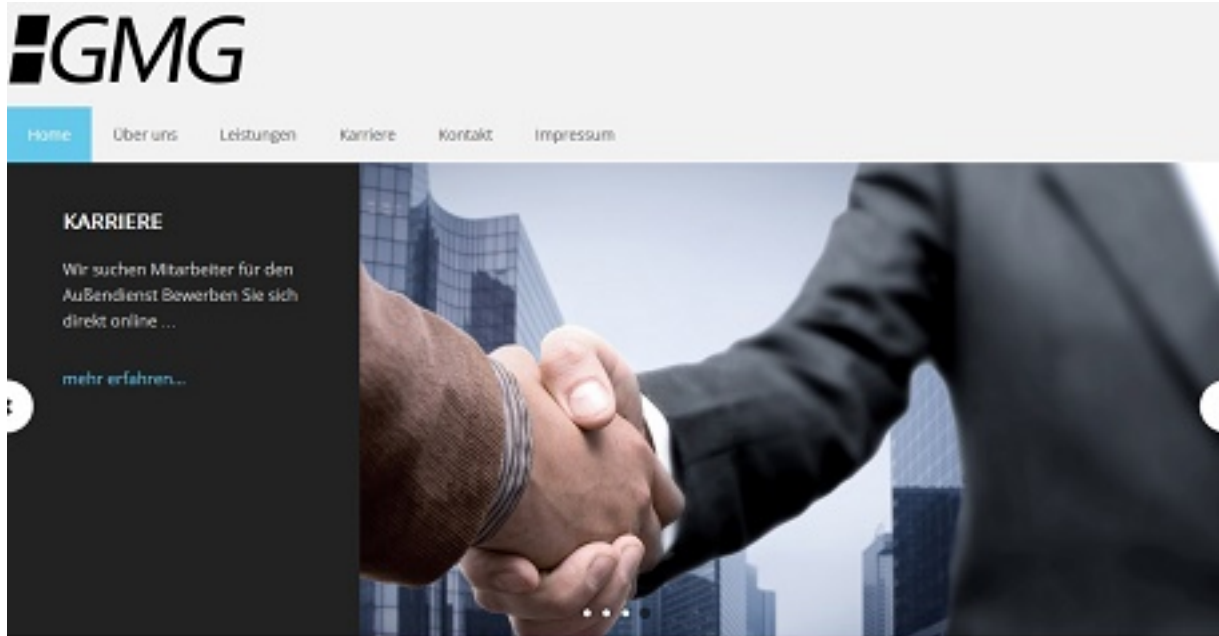
Herr Martin Gabriel
Grafenberger-Allee 277-287
40237 Düsseldorf

gmg-stadtinfo.de
info@gmg-stadtinfo.de

GMG Stadtinfo

Als Mediendienstleister für Printmedien ist unsere Agentur seit vielen Jahren ein verlässlicher Partner für unsere Kunden. Die Beratung und Betreuung im gesamten Umfeld des Publizierens und der Werbung stehen im Mittelpunkt unserer Leistung. Der gezielte Einsatz von wirksamen Werbemaßnahmen zählt zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren. Unsere genaue Zielgruppenorientierung, individuelle und kompetente Beratung verhelfen Ihrem Unternehmen zum gewünschten Erfolg. Deutschlandweit stehen wir Ihnen als Partner zur Seite, der Sie in Werbestrategien berät und die Realisation Ihrer Werbemaßnahme in die Hand nimmt.

Anlage: Bild



WILLKOMMEN BEI GMG-STADTINFO

Als erfolgreicher Unternehmer sind Sie stets angehalten, sich dominant und aussagekräftig in Ihrem Einsatzgebiet werbewirksam zu präsentieren.

Nutzen Sie unsere langjährige Agenturerfahrung sowie unsere Vielfalt an Werbemöglichkeiten individuell Ihren Vorstellungen angepasst.