



Messe.TV statt Fernsehwerbung

(Mynewsdesk) Wie investiert man sein Marketingbudget richtig? Jedenfalls nicht in Werbung mit der Gießkanne, sondern zielgerichtet. Das gilt unbedingt für B2B Produkte und Leistungen. Vielen Marketingexperten fällt es nicht leicht, sich von alten Konzepten zu verabschieden und sich auf zeitgemäßes, wirkungsvolles Lead- und Sales-Marketing einzulassen.

Warum wirkt Messe-TV Werbung besser? Die Werbung vor der 20 Uhr Tagesschau? ein echter Klassiker, von dem viele Unternehmen träumen? doch zurecht? Ja natürlich, wenn es um Prestige geht. Doch stehen die eingesetzten Werbegelder wirklich in einem guten Verhältnis zum Resultat? Wohl kaum.

Statt weiter auf eine breite Masse zu setzen, macht es viel mehr Sinn, sich sehr spezifisch an seine Zielgruppe zu wenden. Der Vorteil: Wenn man es richtig macht, kostet es deutlich weniger Geld und zeigt wesentlich mehr Wirkung. Warum das so ist erfahren Sie in unserem Artikel.

Klassische Fernsehwerbung Ja, klassische Fernsehwerbung ist geeignet, um schnell eine große Menschenmenge zu erreichen. Je nach Zeit der Ausstrahlung und dem Themenumfeld ist es grundsätzlich auch möglich, Menschen etwa nach Alter, Geschlecht oder Interessen zu erreichen.

Für Produkte oder Services die sich an Endverbraucher richten, kann Werbung im herkömmlichen TV also durchaus ein gangbares Konzept sein, wenn ein entsprechend skalierbares Geschäftsmodell zugrunde liegt. Aber: Es gibt heute preiswertere Möglichkeiten, die mehr Leads generieren. Es ist also eigentlich kein vernünftiger Grund zu finden, warum man nicht gezielt Leads und Sales dort abholen sollte, wo aktiv nach einem Produkt oder einer Leistung gesucht wird: Im Internet.

Davon abgesehen verliert das Fernsehen wie wir es heute kennen, auch durch Formate wie Netflix oder Amazon Video immer mehr an Bedeutung. Immer weniger Leute möchten ein Programm vorgesetzt bekommen, sondern sich die Inhalte selbst auswählen. Filme und Videos dann sehen, wann sie es möchten. Also auf Abruf.

B2B besser mit Video on Demand Für B2B Angebote ist Fernsehwerbung im herkömmlichen Sinn ohne Zweifel vollkommen unsinnig. Warum? Es ist davon auszugehen, dass 99% der Nutzer absolut nicht der Zielgruppe entsprechen.

Würden Sie eine Anlage machen, bei der Sie einhundert Euro investieren und nur 1 Euro angelegt wird, während 99 Euro als Gebühren verloren gehen? Wohl eher nicht. Warum sollten Sie dies nun also beim Einsatz Ihres Marketingbudgets anders handhaben?

Mit Video on Demand ist es bei www.messe.tv möglich, gezielt Nutzer zu erreichen, die nach bestimmten Keywords suchen. In Suchmaschinen oder Videoplattformen wie Youtube. Dort zu erscheinen, wo aktiv nach Ihren Produkten bzw. Leistungen gesucht wird? so funktioniert gutes Marketing.

Marketing: Markenkommunikation, Leads und Sales Egal ob es Ihnen bei einer Werbekampagne um Bekanntheitsgrad der Marke, Leads oder Sales geht? es macht viel mehr Sinn, wenn Sie Menschen erreichen, die als Kunden überhaupt in Frage kommen.

Sie müssen sich als Unternehmer auch hier einfach nur wieder Zahlen vor Augen führen und überlegen. Bei der Wahl zwischen Variante I: 1.000.000 Zuschauer, von denen vielleicht 10.000 als Zielgruppe relevant sind oder Variante II: 1.000.000 Zuschauer, bei denen 800.000 als Zuschauer relevant sind.

Wer würde sich nach einer Analyse und der Gegenüberstellung dieser Zahlen für Variante I, in diesem Beispiel ein Fernsehsender mit breiter Publikumsausrichtung, entscheiden? Wohl niemand. Denn die Kosten bei Werbung im Onlinebereich (Videomarketing) sind in der Regel deutlich preiswerter, als Werbung im altbewährten TV.

Messe.TV Sponsor werden Als Messe-TV Sponsor haben Sie die Möglichkeit gezielt für Markenpräsenz in Ihrer Branche zu sorgen. Mit einer Einblendung Ihrer Marke mit einem Slogan oder als kurze Animation erreichen Sie exakt Ihre Zielgruppe.

Wir berichten mit unserer Berichterstattung zu Messen über Neuheiten einer Branche. Für Sie als Sponsor platzieren wir Ihr Logo vor und nach dem entsprechenden Beitrag. Damit platzieren Sie Ihre Marke in einem hochwertigen, redaktionellen Themenumfeld.

Sie möchten weitere Informationen? Wenden Sie sich gerne an uns: [kontakt\(at\)messe.tv](mailto:kontakt(at)messe.tv)

Beispiele Video Berichterstattung * Videos Bauma Messe München

* Videos Transport Logistic Messe München

Weitere Messen von denen wir bereits berichtet haben:

Embedded World Messe Nürnberg, Food&Life Messe München, GrindTec Messe Augsburg, Hannover Messe, Heim+Handwerk Messe München, Inhorgenta Messe München, Ispo Messe München, InnoTrans Messe Berlin, Logimat Messe Stuttgart, Outdoor Messe Friedrichshafen, Spielwarenmesse Messe Nürnberg

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im [Dein Service GmbH](#)

Pressekontakt

Dein Service GmbH

Andreas Bergmeier
Münchener Straße 6
85368 Moosburg a. d. Isar

a.bergmeier@dein-service.com

Firmenkontakt

Dein Service GmbH

Andreas Bergmeier
Münchener Straße 6
85368 Moosburg a. d. Isar

shortpr.com/yopj7e
a.bergmeier@dein-service.com

Deutsche Messefilm & Medien GmbH

Die Deutsche Messefilm & Medien GmbH ist Experte für Filmproduktionen im redaktionellen und im kommerziellen Bereich. Darüber hinaus erfolgt eine Publikation über die Portale Messeblick.TV und Messe.TV.

Messe-TV

Messe.TV zeigt aktuelle Videos zu Neuheiten auf Messen. In Messevideos zu Waren und Dienstleistungen sowie Interviews mit Branchenexperten, können sich Kunden und Interessenten informieren.

Google Ads Video-Kampagnen

Neben der organischen Reichweite der Videos können Google Ads Video-Kampagnen einen hohen Wirkungsgrad erzielen. Hier können mit dem Messevideo der spezifische Zielgruppen angesteuert werden, um die Bekanntheit zu steigern und Kaufimpulse zu setzen.

Anlage: Bild

