



Checkliste Guerilla Marketing

Das höchste Gut: Ihre Aufmerksamkeit.

Guerilla Marketing verfolgt das Ziel mit geringen finanziellen Mitteln einen hohen Werbeeffekt zu erzielen. Mit der Nutzung des „Überraschungsmoments“ wird die Aufmerksamkeit der Zielgruppen, potenziellen Interessenten und Medien auf ein bestimmtes Produkt, eine Person oder ein Projekt gelenkt. Damit Sie Ihre außergewöhnliche Werbemaßnahme gewinnbringend gestalten können, haben wir hier ein paar Checkpunkte für Sie zusammengestellt:

1. Definieren Sie Ihren Kundenavatar.

Finden Sie Merkmale für Ihre Zielgruppe heraus, z. B. Lebensstil, Gewohnheiten, Einstellungen, Meinungen. Wo bewegt sich Ihre Zielgruppe ganz konkret? Formulieren Sie den Kundenavatar schriftlich. Gerne senden wir Ihnen ein Beispiel von einem Kundenavatar zu.

2. Seien Sie zielsicher und überraschend auf den Punkt genau.

Zielen Sie mit Ihrer Guerilla-Aktion genau auf Ihre Zielgruppe, Zielpersonen oder Kundenavatar ab. Die Werbebotschaft sollte die Zielgruppe gut erreichen und von ihr verstanden werden, um unnötige Kosten und Missverständnisse zu vermeiden.

3. Stimmen Sie mehrere Marketinginstrumente und -Kanäle aufeinander ab.

Wie ist die Aktion in den Marketing-Mix eingebunden? Online und Offline. Über welche Kanäle wollen Sie senden, z.B. Social Media und E-Mail-Marketing? Ist ein Kommunikationskonzept hinter dem ganzen Marketing-Mix hinterlegt?

4. Orientieren Sie sich an aktuellen Themen und steigendem Suchvolumina.

Welche Feiertage und Events stehen an? Was bewegt die Zielgruppe gerade? Was wird gerade gesucht? Welche Suchvolumina können Sie auf Ihre Website umleiten? Gibt es Nischen, die Ihr Wettbewerb nicht angeht?

5. Seien Sie authentisch und echt. Stehen Sie zu Ihrer Position!

Setzen Sie eigene Ressourcen (Produkte, Mitarbeiter) ein, um Ihre Werbebotschaft umzusetzen. Stimmt die Guerilla-Aktion mit Ihrem Unternehmensbild überein? Ist Ihre Differenzierungsstrategie für die Guerilla-Marketingmaßnahmen geeignet? Oder brauchen Sie eine weitere Positionierung?

6. Verlängern Sie Ihren Werbeeffekt. Recyceln Sie intelligent Ihre Werbebotschaften.

Dokumentieren Sie Ihre Werbeaktion (Bilder, Videos, etc.) und posten Sie diese auf Videoplattformen und sozialen Netzwerken (YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, etc.) Suchen Sie sich Multiplikatoren. Welche Medien wollen / können Sie noch einbeziehen?

7. Wählen Sie eine kurze Zeitspanne für Ihren Guerilla-Auftritt.

Die Besonderheit dieser außergewöhnlichen Werbemaßnahme liegt in ihrer Unvorhersehbarkeit. Dazu gehört ein plötzliches Auftreten, aber auch ein genauso plötzliches Verschwinden, damit die Aktion nicht als aufdringlich oder störend empfunden wird.

8. Seien Sie kreativ und individuell.

Entwickeln Sie unkonventionelle Ideen, um sich von der Masse abzuheben. Recherchieren Sie branchenfremd, damit Sie andere Einfälle nicht nachmachen. Es geht darum etwas Neues zu schaffen, das es in dieser Form noch nie gegeben hat.

9. Bleiben Sie geistig fit.

Die mentale Fitness ist einer der größten Hebel um die Premiumkunden-Avatare für das eigene Unternehmen zu gewinnen. Mehr dazu im Quantenpanorama Seminar.

In den HQM-Business Seminaren und im **Quantenpanorama Seminar** zeigt Gerardo Laempe, wie Sie Ihre Premiumkunden mental erreichen können.

Wenn Sie Interesse an einem Kundenavatar-Beispiel haben, schicken Sie uns eine Anfrage per E-Mail an **service@laempe.media** mit dem Betreff „Kundenavatar“.