

## Die Zeit der eindimensionalen Promotion ist endgültig vorbei

08.06.2012, 18:58 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *sitibi KOMMUNIKATION GmbH*

---



Promotion muss heutzutage der Einstieg in den weiterführenden Dialog mit dem Kunden sein. Auch wenn meist der primäre Grund für den Einsatz eines Markenbotschafters die emotionalisierte Begegnung mit der Marke oder dem Produkt ist, darf der nächste Schritt nicht aus den Augen verloren werden: die Herstellung eines dauerhaften Kontakts oder zumindest die selbstgewählte Möglichkeit für das werbetreibende Unternehmen, mit dem Kunden über die einmalige Begegnung hinaus in Kontakt treten zu können. Das Internet und Portale wie Facebook bieten dazu die besten Voraussetzungen. Natürlich ist nicht jede Marke Social Media-kompatibel, doch das Web bietet eine ausreichende Anzahl anderer Möglichkeiten.

Der dabei zu nutzende Vorteil ist die Neugier der angesprochenen Personen. Denn wer einer Promotion-Aktion am Ort des Geschehens nicht ausweicht, ist, bei einer klar erkennbaren Botschaft oder einer eingeführten und positiv besetzten Marke, gerne offen für weiteres. „Bestätigt man diese neugierige Erwartungshaltung mit einer entsprechenden Maßnahme, beispielsweise mit einem Online-Gewinnspiel, einer Online-Beratung oder der Registrierung für Produktproben, stellt man die Weichen für einen erfolgreichen und dauerhaften Dialog mit dem Kunden“, stellt Christian List von der sitibi KOMMUNIKATION GmbH fest.

Um so verwunderlicher ist, dass viele Unternehmen diese Möglichkeit gar nicht oder wenn, dann nicht in ausreichendem Maße wahrnehmen, da sie ausschließlich auf die gewöhnliche Unternehmens-Webseite verweisen. Dabei führt doch der einfache Weg über Landingpages und QR-Codes zu wichtigen Erkenntnissen und Zusatzeffekten. Zudem liegt die Programmierung solcher Tools im überschaubaren finanziellen Bereich.

Christian List bedauert, dass „Unternehmen, die sich diese Möglichkeiten entgehen lassen – und wir erleben dies aus Budgetgründen häufig – der Agentur einerseits enormes Kreativpotential bei der Entwicklung einer Maßnahme nehmen und zudem das Potential einer Promotion-Maßnahme schwächen.“ Denn durch den Einsatz sinnvoller Response-Tools erhalten Unternehmen und Marken einen wichtigen, über die Markenpräsenz hinausgehenden zusätzlichen Mehrwert: die Möglichkeit zur Erfolgsbeurteilung einer Promotions-Maßnahme.

„Wir empfehlen daher die grundsätzliche Kombination einer Verkaufsförderungsmaßnahme mit einer sinnvollen und überlegten Online-Responsemöglichkeit“, erklärt der Inhaber der Agentur für Begegnungsmarketing, denn „die Maßnahmen enden nicht mit dem Erstkontakt!“ Oder anders gesagt: Nutzen Sie die Möglichkeiten der Promotion 2.0.

## Portrait

AGENTUR FÜR BEGEGNUNGSMARKETING - Wir bringen Menschen in Kontakt mit Produkten, Marken, Unternehmen und Institutionen.

---

News-ID: 639075 • Views: 887 (Stand: 02.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/639075/Die-Zeit-der-eindimensionalen-Promotion-ist-endgultig-vorbei.html>