Einfach. Schnell. Finden.

BINKOS

Julia Dirker, Lena Mascher, Laura Belt, Victoria Maag,

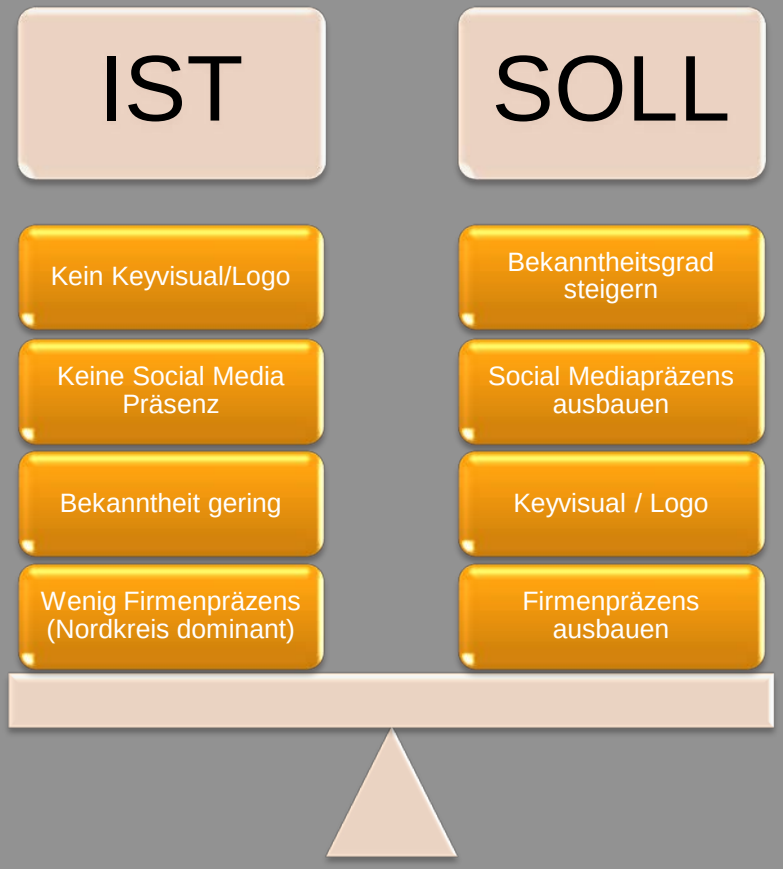
Pascal Rohrig, Alexander Gröger, Tina Look, Natalie Luft

Einfach. Schnell. Finden.
BINKOS

Agenda

1. IST-/SOLL Analyse
2. Copy Strategie
3. B2B Kommunikation
4. Facebook / Social Media
5. YOUTUBE
6. Außenwerbung
7. Corporate Design
8. Werbemittel
9. Timeline
10. Budget

1. IST- / SOLL ANALYSE



Kommunikationsziele

Erhöhung des Bekanntheitsgrades

Imageausbau (B2C und B2B)

Priorität der Aktivitäten auf Praktikumssuche setzen

Einfach. Schnell. Finden.
BINKOS

2. COPY STRATEGIE

Consumer Benefit

- **Slogan**: Einfach.Schnell.Finden

Reason Why

- Feedback durch Unternehmen + Schüler+ Lehrer
- Kompetenz der BINKOS Mitarbeiter / Alles aus einer Hand
- Osnabrücker Patenmodell (persönliche Erfahrung)

Tonality

- Modern, frisch, innovativ, vertrauenserweckend, bildungsfördernd, kompetent

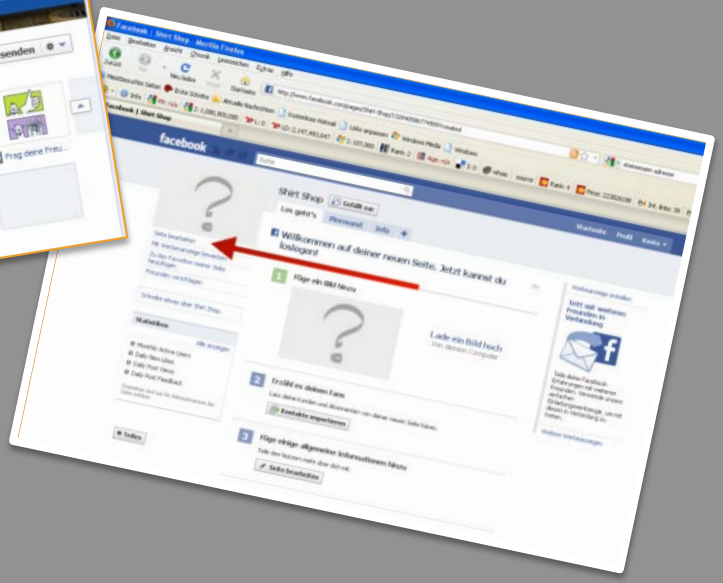
Einfach. Schnell. Finden.
BINKOS

3. B2B KOMMUNIKATION

- Erregt Aufmerksamkeit
- Wertigkeit
- Neugierde / Information

Einfach. Schnell. Finden.
BINKOS

4. FACEBOOK/FANPAGE



- kostenlos
- Direkter Dialog mit Zielgruppe möglich / Fans werden Unternehmensbotschafter
- Gute Kooperationsmöglichkeiten

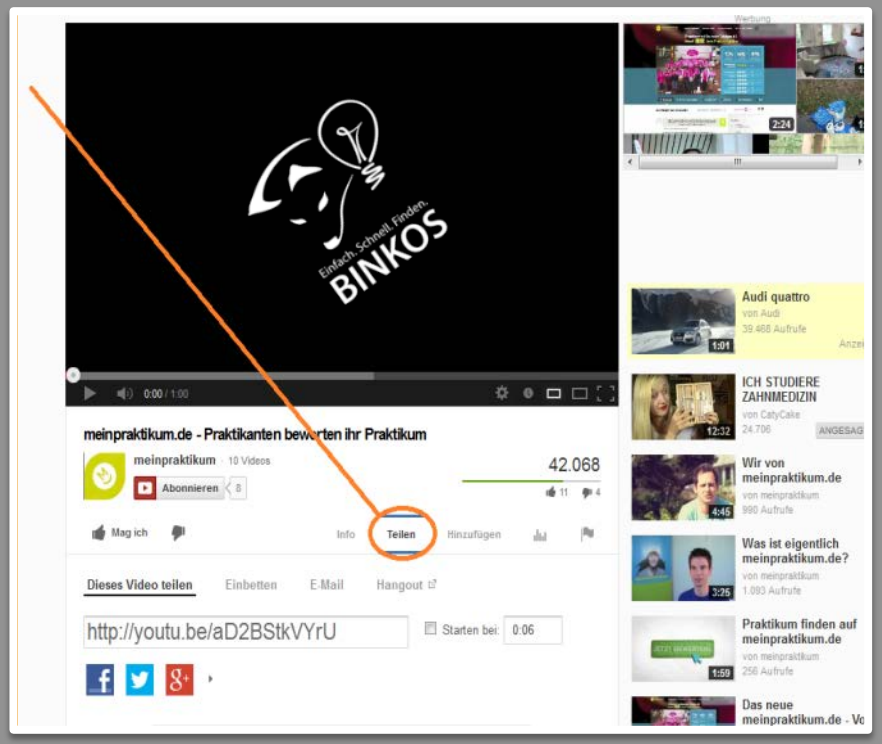
4. FACEBOOK / ADVERTISING

- Zielgruppengenaue Selektion / wenig Streuverluste
- Effektiver Budgeteinsatz
- Optimale Auswertung durch integriertes Statistik-Tool

Einfach. Schnell. Finden.
BINKOS

5. YOUTUBE

- Größtes Videoportal der Welt
- YouTube Videos sind leicht über Google zu finden
- Zielgruppe 13+ ist dort häufig unterwegs



Einfach. Schnell. Finden.
BINKOS

6. AUßENWERBUNG/PLAKATE

- Kann nicht abgeschaltet, überhört oder überlesen werden
- Flächendeckende Präsenz
- Soziodemografische Selektion / hohe Reichweiten

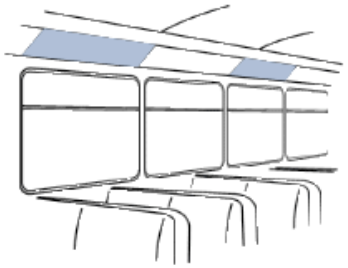
Einfach. Schnell. Finden.
BINKOS

6. AUßENWERBUNG/PLAKATE

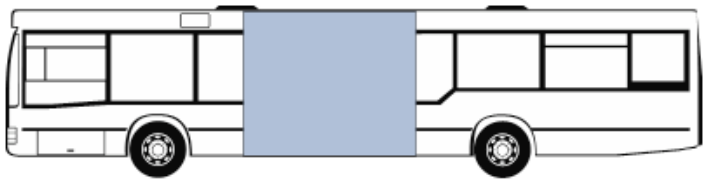
Einfach. Schnell. Finden.
BINKOS

6. AUßENWERBUNG/BUSWERBUNG

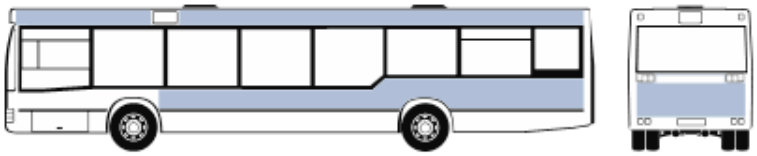
Deckenflächenwerbung



Traffic Board



Rumpfflächenwerbung



Seitenscheibenwerbung

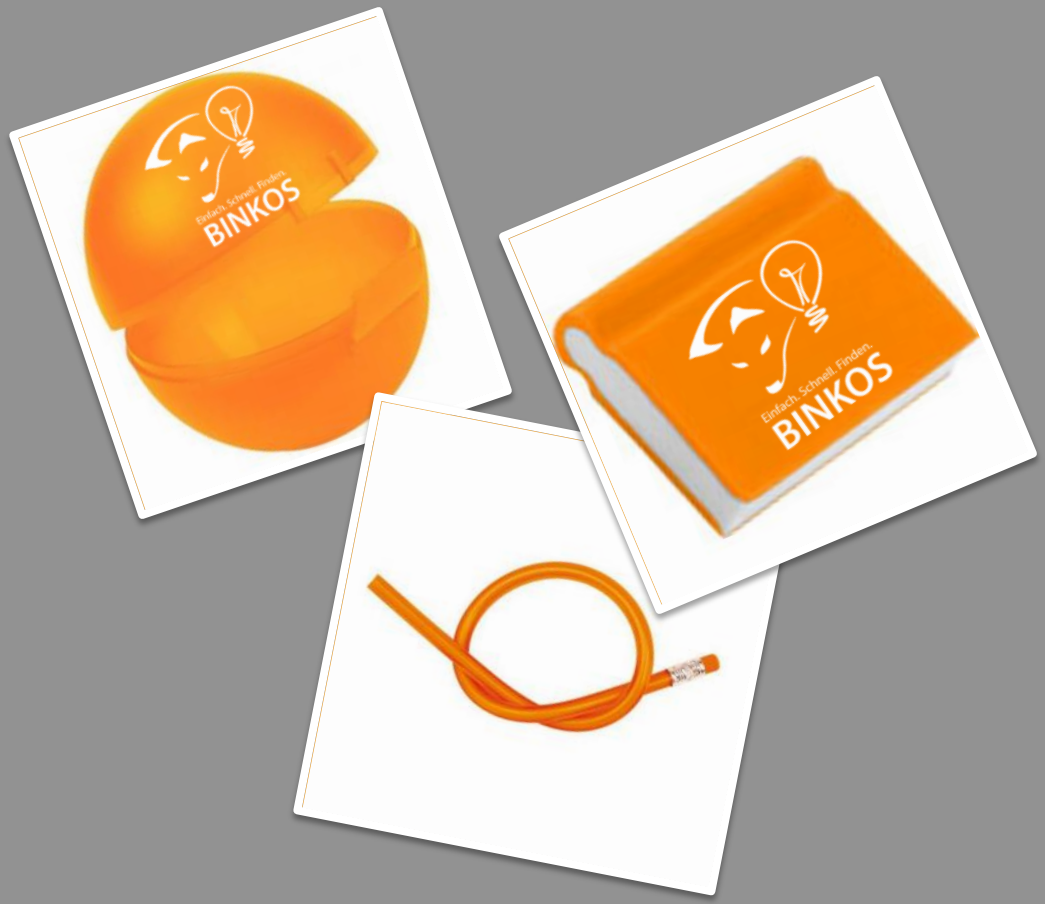
- Präzens rund um die Uhr
- Ansprache vieler Zielgruppen /regional planbar
- mobil

Einfach. Schnell. Finden.
BINKOS

7. CORPERATE DESIGN

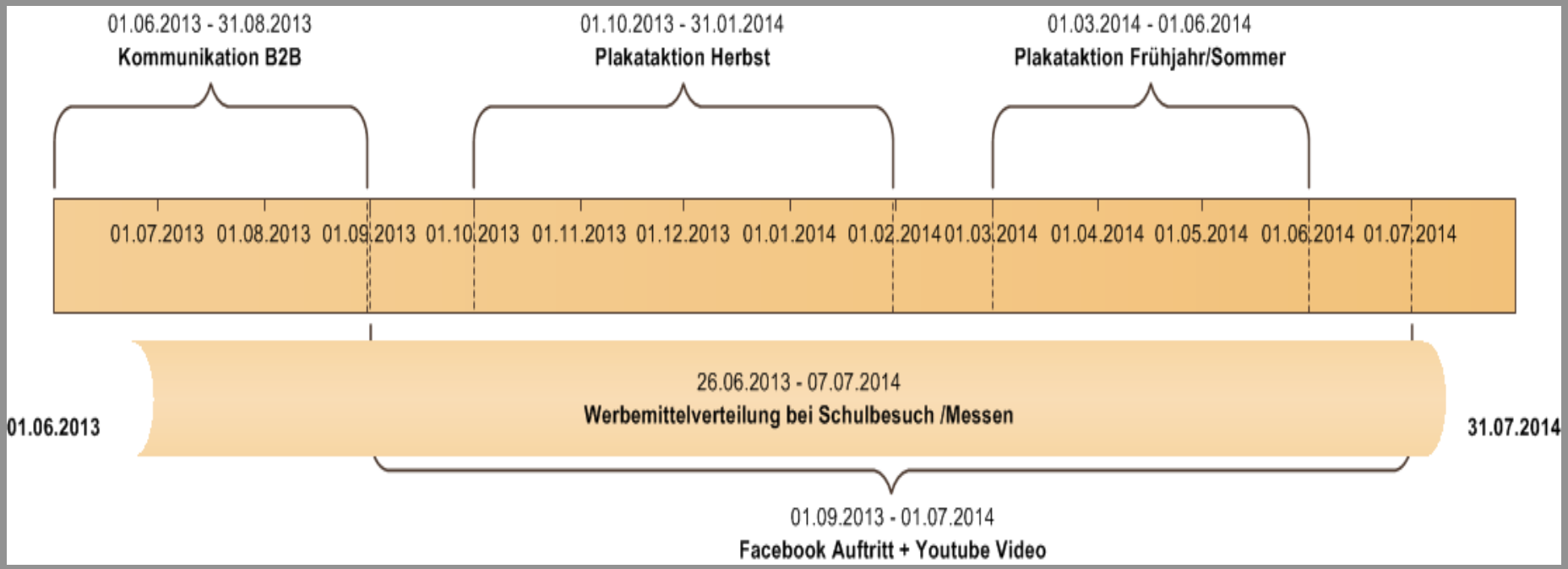
- Imagebildung nach außen fördern / Wiedererkennung steigern
- Differenzierung von Mitbewerbern
- Identität festlegen / Einzigartigkeit hervorheben

8. GIVE AWAYS / MERCHANDISING

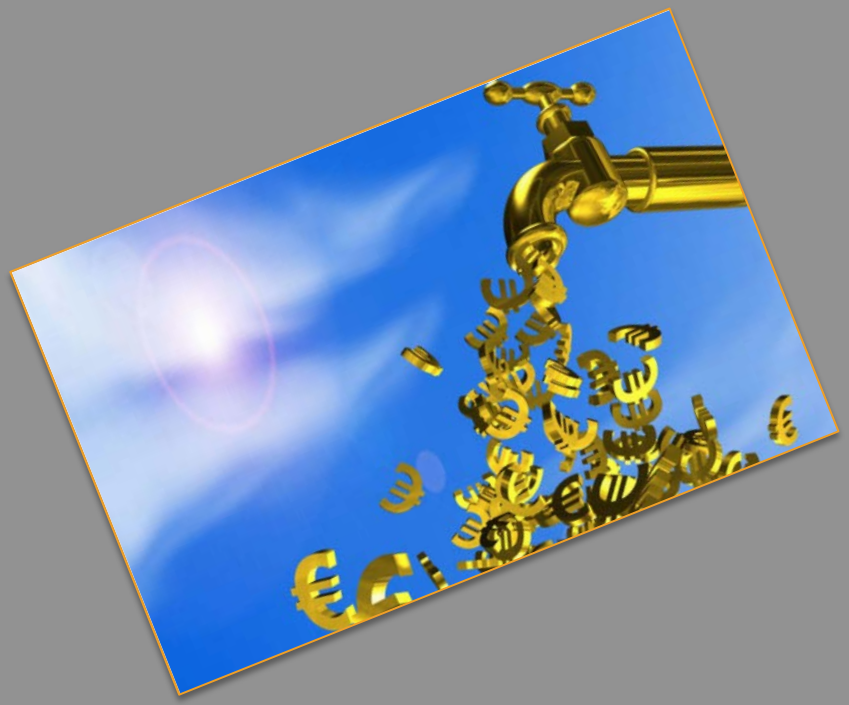


- Aufmerksamkeit
- „Türöffner“ für weitere Kommunikation
- Erinnerungswert / Nachhaltig

9. TIMELINE


01.06.2013 - 31.08.2013
Kommunikation B2B
01.10.2013 - 31.01.2014
Plakataktion Herbst
01.03.2014 - 01.06.2014
Plakataktion Frühjahr/Sommer
01.07.2013 01.08.2013 01.09.2013 01.10.2013 01.11.2013 01.12.2013 01.01.2014 01.02.2014 01.03.2014 01.04.2014 01.05.2014 01.06.2014 01.07.2014
01.06.2013
26.06.2013 - 07.07.2014
Werbemittelverteilung bei Schulbesuch /Messen
31.07.2014
01.09.2013 - 01.07.2014
Facebook Auftritt + Youtube Video

10. BUDGET



1. B2B- Kommuniktion	Brutto Euro
Adressenkauf / 600 Adressen	416,02 €
USB-Sticks 2GB Promotion I / 600 Stück / inkl. Logoaufdruck	2.304,00 €
Werbemittelversand (circa Wert)	1.200,00 €
Verpackung Produkt: W151	672,00 €
Subtotal I	**4.592,02 €**
2. Facebook + Youtube	**Euro**
Facebook Ads pro Click	0,60 €
(variert nach Zielgruppendefintion)	- €
Subtotal II	0,60 €
3. Plakat-Aktion	**Euro**
Supermarktkassen /4 Monate	480,00 €
Großflächenplakate	- €
- 60 Tage im Jahr zentral am Pottgraben	1.206,00 €
Busse	- €
Teilfläche außen über 3 Jahre	3.564,00 €
Scheibenfläche innen über 1 Jahr	1.296,00 €
	- €
	- €
	- €
	- €
Subtotal III	**6.546,00 €**
4. Werbemittel Morning	**Euro**
Vorratsdose-Apfel-Box / 500 Stk. Inkl. Druck 1C	576,50 €
Subtotal IV	**576,50 €**
4. Werbemittel Learning	**Euro**
flexibler Bleistift, orange /2500 Stüc /1C	425,00 €
Radiergummi in Buchform / 1500 Stück / 1C	457,50 €
Subtotal IV	**882,50 €**

Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit

Einfach. Schnell. Finden.
BINKOS