

Checkliste Werbeartikel

Mit dieser Checkliste erhalten Sie praktische Tipps, wie Sie den Einsatz von Werbeartikel professionell und konzeptionell planen. Bevor Sie beginnen, sollten Sie sich die folgenden Fragen stellen:

1.	Welches sind die Ziele Ihrer Aktion?	WARUM?
	<ul style="list-style-type: none"> • Umsatzsteigerung • Erstellung oder Erneuerung von Kontakten • Memo-Effekt • Einladung • Verkaufsförderung • Kostenersparnis • Produktemehrwert • Messeerinnerung • Mitarbeiter- und Kundengeschenk 	
2.	Wer ist Ihre Zielgruppe?	WER?
<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppendefinition (soziodemografisch, psychografisch, freizeitverhalten, kommunikationsverhalten, informationsverhalten, etc.) • Gibt es Besonderheiten in der Zielgruppe, die beachtet werden müssen? (zb. Meldepflichten, Vorschriften) • Gibt es Gos und No-Gos bei der Zielgruppe? • Was erwarten die Empfänger für eine (gefühlte) Wertigkeit? 	
3.	Wie gross ist Ihre Zielgruppe?	WIEVIEL?
	<ul style="list-style-type: none"> • In welcher Stückzahl soll der Werbeartikel zur Verfügung stehen? • Wie gross ist Ihre Zielgruppe? • Segmentierung/Selektierung nach bestimmten Kriterien der mutmasslichen Adressaten/Kontakten 	
4.	Wie sieht die Wettbewerbssituation aus?	
	<ul style="list-style-type: none"> • Wie aktiv sind die Mitbewerber? 	
5.	Welche Mittel wollen Sie bzw. Ihre Kunden in die Aktion investieren?	INVESTITION?
	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Gesamtbudget • Budgets nach Zielgruppen-Segmente und Teil-Aktionen • Budget pro Run • Frankenbetrag pro Kopf der Zielgruppe • Betrag in % des Umsatzes oder des erwarteten Mehrumsatzes • Betrag in Relation zu erwartenden Gewinnen oder 	

	Einsparungen <ul style="list-style-type: none"> • etc. 	
6.	Welche Botschaft wollen Sie mit der Aktion vermitteln?	BOTSCHAFT?
	<ul style="list-style-type: none"> • Aktions-Slogan • Firmenphilosophie • Unternehmens-Positionierung • Aussagen zu Produkte und Dienstleistungen • Qualitätsbegriffe • etc. 	
7.	Welche Informationen soll der Werbeartikel enthalten?	DRUCK?
	<ul style="list-style-type: none"> • Logo • Firmenadressen • Produkt- oder Firmenslogan • grafische Elemente • Farben • etc. 	
8.	Welche Veredelung möchten Sie anwenden? (Vorraussetzung Artikel-Beschaffenheit)	VEREDELUNGEN?
	<ul style="list-style-type: none"> • Gravur • Prägung • Siebdruck • Digitaldruck • Tampondruck • Transferdruck • Stickerei • Spezialdruck wie Doming, Duft- oder Rubbellack 	
9.	Welche Wirkungsdauer soll der Werbeartikel entfalten?	WIRKUNG?
	<ul style="list-style-type: none"> • Wie lange soll der Werbeartikel beim Empfänger im Gebrauch bleiben? • Welche Multiplikatorwirkung soll dabei gegebenenfalls erreicht werden? 	
10.	Wie gelangt der Werbeartikel zum Empfänger?	ÜBERGABE?
	<ul style="list-style-type: none"> • per Brief oder Paket • Kurierdienste • persönlich Übergabe • im Rahmen einer spez. Aktion • auf dem Messestand • im Rahmen eines Empfangs • als Tischdekoration • im Rahmen des Produktvertriebs • durch veranstaltungsbezogene Streu-Aktionen • permanent im Rahmen der Ausstellungstätigkeit • etc. 	

11.	In welcher Form soll die Übergabe erfolgen?	ÜBERGABEFORM?
	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeptvarianten für die persönliche Übergabe (z.B. Äusserer Rahmen und Anlass, verbale Botschaft, Wortwahl und Begründung, Gestik, Zeitpunkt usw.) • Wertigkeitssteigerung durch Verpackungen 	
12.	Wie fügt sich die Aktion in Ihren Marketing-Mix?	MARKETINGMASSNAHME?
	<ul style="list-style-type: none"> • Übereinstimmung der Botschaften und Aussagen • Kongruenz mit der Firmenphilosophie • Abstimmung auf bestimmte SGF • Angebots-Bereiche oder aktuelle Aktionen • Schriftzüge und Farben • Basis-Slogans • etc. 	
13.	Wann soll der Werbeartikel fertig produziert und einsatzbereit sein?	TIMING?
	<ul style="list-style-type: none"> • Asienproduktion: ca. 3 – 4 Monate • Europa: 2 – 6 Wochen Beachten: Spezialanfertigungen mit Werkzeug- oder Formenbau verlängern die Lieferzeiten	
14.	Muss der Werbeartikel bestimmte rechtliche Vorgaben erfüllen?	KRITERIEN?
	<ul style="list-style-type: none"> • Qualitäts-Zertifikate • Nachhaltigkeitsbescheinigungen • etc. 	

Anfrageformular – was wir wissen müssen:

Firma: _____

Person: _____

E-Mail: _____ Telefon: _____

Artikel: _____ Menge: _____

Druck: _____

Budget: _____

Liefertermin: _____

Nachproduktion: Ja Nein

Bemerkungen: _____