

14

Werbeflyer-Kampagnen erfolgreich planen, gestalten und umsetzen

- Warum Flyer ein attraktives und empfehlenswertes Werbemittel sind
- Wie Sie in fünf einfachen Schritten eine komplette Werbeflyer-Kampagne planen
- Mit welchen Gestaltungstipps Ihre Werbeflyer eine optimale Wirkung erreichen
- Welche Tools Sie bei Ihrer Flyer-Kampagne hilfreich unterstützen

**Extratipp:
Prospekt-
service
Webtool**

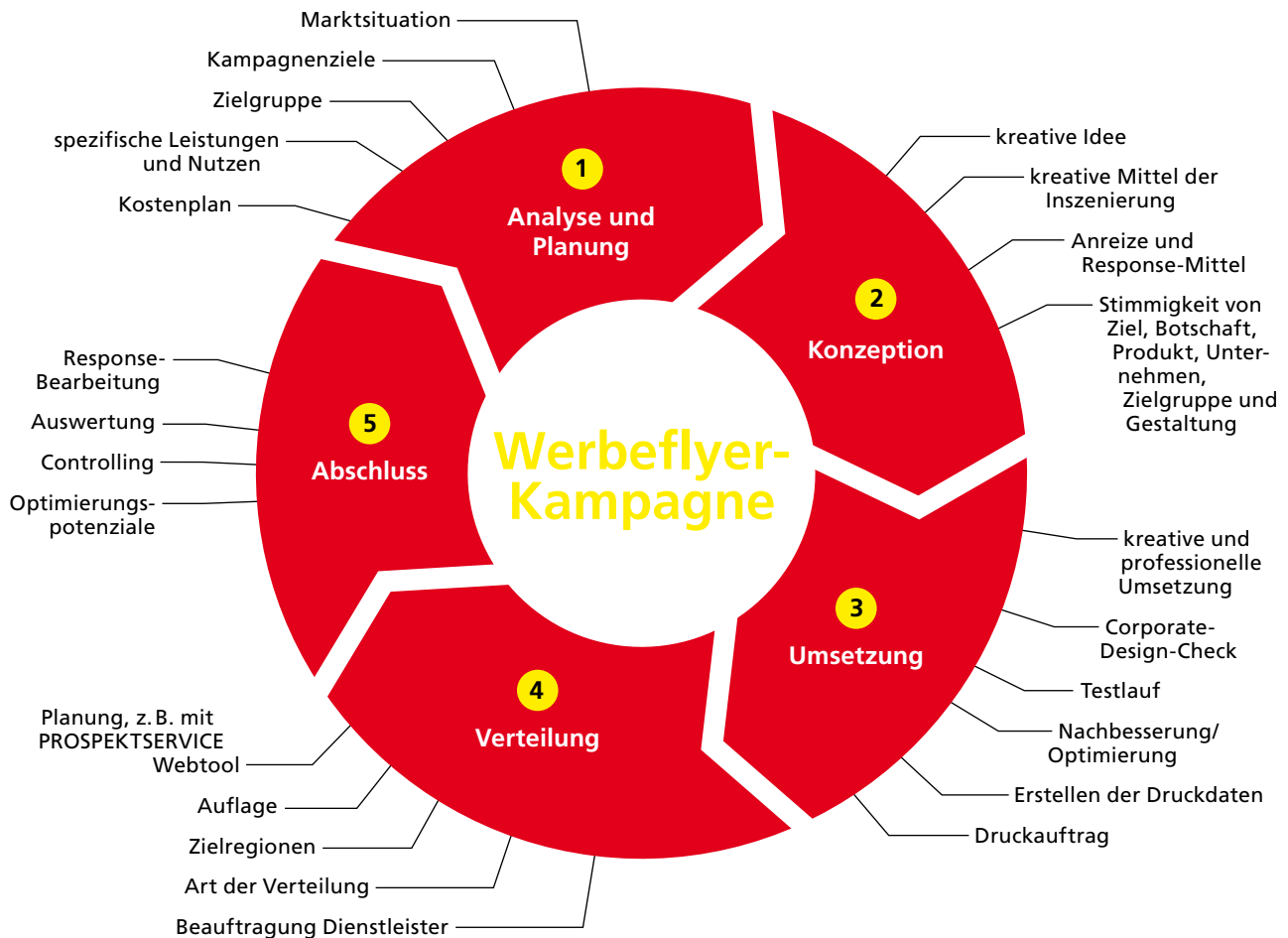
14

Werbeflyer-Tipps: Erfolgreiche Prospektverteilung als Haushaltswerbung

Als weithin geschätztes Werbemittel bieten Flyer viele Vorteile: Sie sind einfach, schnell und kostengünstig zu erstellen, lassen sich vielseitig einsetzen und mit flexibler Reichweite ohne hohe Streuverluste verteilen – besonders gut per Prospektverteilung als Haushaltswerbung. Flyer eignen sich für alle Absender und können bei allen Zielgruppen eine nachhaltige Wirkung erzielen, wenn sie optimal für deren spezifische Bedürfnisse gestaltet sind.

Flyer-Kampagnen in fünf Schritten

Bereits fünf Schritte genügen, um eine Erfolg versprechende Kampagne mit Werbeflyern zu gestalten und umzusetzen. Egal ob Sie eine kleine oder umfangreichere Aktion planen. Grundsätzlich können Sie jeden der Schritte selbstständig umsetzen, doch gerade bei Druck und Prospektverteilung ist es effizienter, dies an Spezialisten auszulagern.



Alle Kampagnen, auch jene mit Werbeflyern, setzen wichtige Vorüberlegungen voraus, die sich auf die weiteren Schritte auswirken. So sollten Sie zunächst konkrete Ziele festlegen, die Sie bei Ihrer Zielgruppe mit dem Flyer erreichen wollen. Flyer lassen sich vielfältig nutzen, etwa für Imagekampagnen, Einladungen, Bestellungen oder Fundraising. Nach der primären Funktion richtet sich schließlich die Gestaltung des Flyers. Überlegen Sie auch, welche Bedürfnisse Ihre Zielgruppe hat, welchen Nutzen Ihr Angebot verspricht und wo Ihre Werbeflyer die Zielgruppe am besten erreichen.

→ **Tipp:** Bedenken Sie von Anfang an, dass ein Werbeflyer zwar flexibel einsetzbar, aber nicht dazu geeignet ist, andere Werbeformen wie Anzeigen oder Kataloge mit deren spezifischen Leistungen zu ersetzen.

Die Konzeption Ihres Werbeflyers setzt vor allem eine besondere Idee voraus, mit der Sie sich aufmerksamkeitsstark von anderen Angeboten abheben und sowohl den Kundennutzen als auch Ihr Angebot plakativ inszenieren. Die kreativen Mittel reichen dabei von Text und Typografie über den Einsatz von Bild, Grafik und Layout bis zu speziellen Formaten, Drucken und Materialien. Das Besondere des Werbeflyers ist die Faltung. Als Varianten bieten sich etwa an: Zweifach-, Wickel-, Zickzack-, Kreuz- oder Altarfalz. Und nicht immer muss die Grundform ein DIN-A4-Blatt sein. Wer vom Standard abweicht, wird oft mit größerer Aufmerksamkeit belohnt.

→ **Tipp:** Achten Sie darauf, dass der Einsatz der kreativen Mittel stets dem Werbeziel und den Zielgruppenbedürfnissen folgt. Botschaft und Gestaltung müssen zu Ihrem Unternehmen und Ihren Produkten oder Dienstleistungen passen. Grundsätzlich können Sie mit einem Werbeflyer alles bewerben. Entscheidend ist, dass Sie ein inhaltlich und gestalterisch stimmiges Konzept entwickeln.

→ **Tipp:** Besonders reaktionsfreudig wird sich Ihre Zielgruppe zeigen, wenn Sie den Flyer mit Anreizen aufwerten. Das können Coupons und Gewinnspiele sein, exklusive Rabatte und Einladungen, Boni für Weiterempfehlungen, Downloads oder Gutscheine für Proben.

Beim Umsetzen Ihres Flyer-Konzepts sind Struktur, Professionalität und Qualität entscheidend. So sollten die Leser auf den ersten Blick erfassen können, worum es geht und welchen Nutzen das Angebot verspricht. Text- und Bildanteil sollten gut austariert sein. Überfrachten Sie den Flyer nicht, sondern steuern Sie die Aufmerksamkeit des Lesers gezielt.

→ **Tipp:** Überschriften, Aufzählungen, Zitate, Absätze und Kästen sowie Hervorhebungen gewichten die Informationen und machen diese leichter erfassbar. Statt Zahlenkolonnen bieten sich einfache Tabellen oder Trendgrafiken an.

Bilder sollten eine klare Aussage und ansprechende Emotionen vermitteln. Ein Produkt allein wirkt weniger attraktiv als ein Mensch mit einem Produkt. Neben der inhaltlichen muss auch die technische Bildqualität stimmen: Schärfe, Farbton, Sättigung, Helligkeit und Kontrast. Auf Bilder in Faxqualität sollten Sie verzichten. Die Anmutung folgt idealerweise Ihrem Corporate Design.

Der Flyer sollte den Kunden, seine Bedürfnisse und Vorteile in den Fokus rücken, nicht das werbende Unternehmen selbst, wenngleich ein Kurzporträt mit Alleinstellungsmerkmalen und Ansprechpartner wertvoll ist. Beim Text ist wichtig, diesen möglichst kurz, konkret und verständlich abzufassen. Eine anschauliche und authentische Sprache auf Augenhöhe mit der Zielgruppe erweist sich stets als vorteilhaft.

→ **Tipp:** Testen Sie die Wirkung Ihres gestalteten Werbeflyers zunächst bei verschiedenen Lesern in Ihrem Umfeld. Kontrollieren Sie, ob Ihre Kernbotschaften gut ankommen und verstanden werden. Prüfen Sie, ob Ihr Text noch offene Fragen beinhaltet, die Sie beantworten sollten, oder Floskeln und schwierige Wörter, die Sie streichen können.

Ein Höchstmaß an Flexibilität bieten Werbeflyer bei der Verteilung: Die Prospektverteilung als Haushaltswerbung erreicht die Empfänger entspannt zu Hause. Die Übergabe etwa im Verkaufsgespräch oder an thematisch mit dem Angebot zusammenhängenden öffentlichen Plätzen ist noch persönlicher. Zudem lassen sich Flyer auch gut verwandten Produkten und Paketen beilegen. ▼



Workflowbeispiel mithilfe von Online-Druckservices

Von der Planung bis zur Verteilung kann eine Werbeflyer-Kampagne etwa so ablaufen:

Vorbereitung: Nachdem Sie alle planungsrelevanten Entscheidungen getroffen haben, entwickeln Sie ein passendes Konzept für Ihren Werbeflyer.

Gestaltung: Am PC erstellen Sie mit einer Bildbearbeitungs- und Layoutsoftware wie Photoshop und InDesign den Werbeflyer.

Export: Das Flyer-Design exportieren Sie als druckfähiges PDF mit mindestens 300 dpi Auflösung und im CMYK-Farbmodus.

Druck: Statt die Flyer in mäßiger Qualität selbst zu drucken, suchen Sie sich eine geeignete Druckerei. Eine Google-Suche nach den Stichwörtern „Online“ und „Druckerei“ ergibt bereits 1,7 Millionen Treffer. Haben Sie eine Druckerei gefunden, deren Leistungsangebot Ihren Bedarf deckt, wählen Sie die Optionen für Ihren Flyer und lassen sich ein Angebot erstellen. Zum Beispiel sind 10000 einfache Flyer schon für 200 Euro erhältlich. Es lohnt sich allerdings auch, Angebote online zu vergleichen.

Verteilung: Wollen Sie Ihre Werbeflyer nicht persönlich verteilen, nutzen Sie das kostenlose PROSPEKTSERVICE Webtool und überlassen die effiziente Zustellung den Profis von der Deutschen Post. Weitere Informationen finden Sie hier:

www.prospektservice.de und www.postwurfsendung.de.

→ **Tipp:** Kalkulieren Sie vorab, welche Auflage für den Werbeflyer – gemessen an der kosteneffizient erreichbaren Zielgruppe im Zielgebiet – sinnvoll ist. Checken Sie, ob Sie einen Flyer für eine große Zielgruppe oder optimierte Varianten für kleinere Zielgruppen verteilen sollten. Berücksichtigen Sie auch, dass Sie die Flyer-Kampagne gegebenenfalls wiederholen müssen, um Ihr gewünschtes Kampagnenziel zu erreichen.

→ **Tipp:** Halten Sie genügend Kapazitäten für die Response-Bearbeitung vor.

Nichts schadet Ihrer Kampagne mehr, als wenn schlechter Service den positiven Eindruck eines Flyers zerstört. Wenn Sie diese Punkte berücksichtigen, sollte Ihrer erfolgreichen Werbeflyer-Aktion nichts mehr im Wege stehen, egal ob es sich dabei um den einfachen Werbeflyer in Kleinstauflage oder um ein hochwertiges Medium innerhalb einer 360-Grad-Kampagne handelt. <

Weitere Praxistipps finden Sie unter

www.direktplus.de

Extratipp: Kostenloses Planungstool



Das Verteilen von Werbeflyern an die Haushalte der gewünschten Zielgruppe will gut geplant sein und lässt sich auch effizient auslagern. Mit dem kostenlosen PROSPEKTSERVICE Webtool der Deutschen Post können Sie die Verteilung Ihrer Werbeflyer als Postwurfsendung schnell und einfach vorbereiten. Die Onlineapplikation

hilft Ihnen dabei, alle benötigten Versandunterlagen für die Postwurfsendung in nur drei Schritten zu erstellen: Zuerst planen Sie die Verteilung Ihrer Postwurfsendung nach Postleitzahlen, Zustellbezirken oder Postfächern und können auch den Radius um Ihre Filiale oder die Auflage festlegen. Eine Landkarte hilft, die geografische Auswahl zu verfeinern. Für volle Kostenkontrolle sorgt die Anzeige der bewerbbaaren Haushalte und des Bruttoentgelts. Jetzt müssen Sie nur noch die Absenderdaten eingeben, um schließlich die Versanddokumente durch das Webtool erstellen zu lassen. Um die zuverlässige und termingerechte Zustellung Ihrer Postwurfsendung kümmert sich dann die Deutsche Post für Sie. Pfiffig: Das PROSPEKTSERVICE Webtool können Sie auch als App auf Ihrer Webseite einbinden. Den Assistenten zur Installation der App und weitere Detailinformationen finden Sie unter www.prospektservice.de.

Prospektservice für Profis

Für Unternehmen, die die Prospektverteilung als Haushaltswerbung häufiger nutzen, empfehlen sich professionelle Softwarelösungen, mit denen sich die Planung und die Fertigung von Haushaltswerbung effizient organisieren lassen. Die Applikation PROSPEKTSERVICE 2009 bietet eine präzisere Zielauswahl durch interaktive Landkarten und detaillierte Strukturdaten sowie das Kombinieren von soziodemografischen Daten. Eigene Adressen sind importierbar. Für eine präzise Kampagnensteuerung lassen sich große Aufträge in Teilaufträge trennen. Alle Formulare und Karten können ausgedruckt werden. Mit der weiterentwickelten Lösung PROSPEKTSERVICE Online werden den Nutzern die monatsaktuellen Haushaltszahlen und die Projektdaten auf einem speziellen Server zugänglich gemacht. Damit wird Ihr Kampagnenmanagement noch flexibler und effizienter. Weitere Infos unter www.prospektservice.de.



Flyer im Web umsetzen mit Mailingfactory

Das webbasierte Versandsystem Mailingfactory empfiehlt sich auch für das Gestalten, Drucken und Fertigen von Dialogmarketingssendungen. So hilft Ihnen die Mailingfactory dabei, ein Mailing, bestehend aus Anschreiben, Flyer und Hülle, zu entwerfen sowie zu fertigen und an die Zielgruppe versenden zu lassen. Entwerfen Sie Ihr Mailing online, können Sie aus vielen Designvorlagen der Mailingfactory auswählen und diese individuell anpassen. Auch fertige eigene Dokumente lassen sich hochladen. Danach können Sie die Zieladressen festlegen sowie Fertigung und Versand durch die Deutsche Post beauftragen. Mit einfachen Mitteln setzen Sie dank der Mailingfactory Ihre individuellen Dialogkampagnen professionell und effizient um: www.mailingfactory.de

Buchtipp: Flyer-Gestaltung

Beim Konzipieren der Werbeflyer unterstützt Sie auch der Band „Flyer optimal texten, gestalten, produzieren“. Im Mittelpunkt stehen die Praxis von Konzeption und Strukturierung, Tipps zum textlichen und grafischen Gestalten sowie Fragen zur Produktion wie Druck, Timing und Kosten. Leitfäden und ein Glossar runden das informative Werk ab.

Annja Weinberger:
„Flyer optimal texten, gestalten, produzieren“, Stiebner-Verlag, 24 Euro.

