

Crossmedia

Werbekampagnen erfolgreich planen und umsetzen

Immer wieder gibt es Werbekampagnen, die es zum Talk-of-Town schaffen. In der Regel gelingt dies nur durch Originalität und eine ausgefeilte Crossmedia-Kampagne. Crossmedia - als Strategie richtig angewendet - rüttelt auch konsumlethargische Zielgruppen wieder wach - durch Themen, Ideen und Humor.

Dieses Buch zeigt, wie eine Kampagne crossmedial zu planen, umzusetzen und mit der Markenführung des jeweiligen Unternehmens in Einklang zu bringen ist. Der Autor erläutert geeignete Kommunikationsinstrumente, zeigt die Planungsschritte auf und verdeutlicht an Beispielen bekannter Kampagnen, wie die erfolgreiche Umsetzung gelingt. In einem abschließenden Kapitel werden "Rezepte" für kleinere und mittlere Unternehmen aus den vorgestellten Kampagnen abgeleitet: "big ideas for small budgets". Ein Glossar mit den wichtigsten Begriffen rundet das Buch ab.

Die Markenkommunikation hat sich verändert. In der Vergangenheit ging es vornehmlich um Fragen, ob der TV-Spot 30 oder 60 Sekunden lang sein sollte oder welche Printmedien zu belegen waren. Die Ära der Dominanz der klassischen Medien neigt sich dem Ende entgegen, und eine kaum überschaubare Vielzahl neuer Werbemöglichkeiten steht bereit zum Aufbruch in neue Kommunikations-Dimensionen. Seit dem Jahr 2000 ist die Anzahl der Kommunikationsmittel geradezu - explosionsartig angestiegen. Die Spannbreite der Instrumente reicht vom TV-Spot über Sponsoring, POS- und Ambient-Medien bis zur Nacht-und-Nebel-Guerilla- Aktion und erweitert sich ständig, vor allem im Bereich der digitalen Medien (u.a. Internet, Mobile Marketing, Virales Marketing). Wer bringt all das in einer Kampagne in einen crossmedialen Zusammenhang? Wie kann das Ganze bei unterschiedlichen Agenturpartnern so koordiniert werden, dass es am Ende auch von den Zielgruppen im Sinne der Marke verstanden wird? Mit diesem Fachbuch bietet Ihnen der Autor erstmals die Möglichkeit, einen Überblick über crossmediale Kampagnenplanung stets griffbereit für Ihre tägliche Arbeit zu haben. Wertvolles Wissen um crossmediale Zusammenhänge wird anhand von zahlreichen Kampagnen- und Bildbeispielen veranschaulicht. In der BrandGalaxyGroup haben wir diese Entwicklung bereits in neuen Strukturen umgesetzt und erarbeiten für unsere Kunden crossmediale Kampagnen.



54,99 €

51,39 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783658037635

Medium: Buch

ISBN: 978-3-658-03763-5

Verlag: Springer

Erscheinungstermin: 14.11.2013

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2009

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 371 g

Seiten: 216

Format (B x H): 168 x 240 mm

