

Give-Away Verlosung als Marketingkampagne – So nutzen Sie Werbemittel richtig



Partner Business Teamwork Trust Partnership. Businessman fist bump dealing business working industry contractor. Success mission team meeting together. Group of People Hands together. Business Concept

Ob als Kundenakquise während der Sommerferien oder einfach als Marketing Gag zwischendurch: Ein Wettbewerb oder eine Verlosung bringt neue Kunden, reichlich Aufmerksamkeit und Reichweite für Ihr Unternehmen. Sie können neue Produkte vorstellen, Ihr Unternehmen als Marke etablieren, mit alten und neuen Kunden ins Gespräch kommen und Ihr Unternehmen in

ein positives Licht rücken. Wir zeigen Ihnen, warum gelegentliche Preisausschreiben Ihrem Unternehmen so gut tun und was Sie bedenken müssen, damit Ihre Verlosung zum Marketing Erfolg wird.

Das bringt Ihnen ein Preisausschreiben

Wer einen Preis verlost oder ausschreibt, kann sich auf viele neue Interessenten freuen. Denn Gratisartikel – besonders hochwertige – sind bei Kunden meist sehr gefragt. Dies steigert auch das Interesse in Ihre Produkte oder Ihre Dienstleistungen. Schließlich müssen Nutzer sich mit Ihrem Unternehmen beschäftigen, um eine Chance auf den ausgeschriebenen Preis zu erhalten. Ein weiterer Vorteil: Die Assoziation mit Ihrem Unternehmen ist durchweg positiv. Der Nutzer freut sich, dass er vielleicht etwas gewinnt und verbindet dieses positive Gefühl der Hoffnung mit Ihrem Unternehmen. Außerdem gewinnen Sie an Reichweite, denn selbst, wenn der Nutzer den Preis nicht gewinnt: Er kennt nun den Namen Ihres Unternehmens.

Wann lohnt sich eine Verlosung?

Preisausschreiben eignen sich besonders in den sozialen Medien wie Facebook, Instagram und Co. Wenn Sie neue Produkte auf den Markt bringen kann ein Gewinnspiel dieses schneller bekannt machen, denn Ihr neues Produkt, als Preis ausgeschrieben, wird so direkt anpreisen. Im wahrsten Sinne des Wortes. Die Zielgruppe weiß nun von der Neuheit und Sie wissen für zukünftige Werbekampagnen schon einmal, wer Ihre Zielgruppe ist: Die Teilnehmer der Verlosung nämlich, denn diese sind offensichtlich an dem Produkt interessiert.

Doch auch, um mehr potentielle Kunden zu gewinnen, eine größere Reichweite und Followerzahlen zu generieren und andere

Anlässe eignen sich hervorragend für ein Preisausschreiben: Die Sommerferien, wenn das Geschäft ruhig ist und einen Anstoß gebrauchen könnte. Die Pandemie, wenn Sie Kunden zum kaufen motivieren möchten. Zum Auftakt einer neuen saisonalen Marketingkampagne. Oder auch einfach mal zwischendurch.



Wie wird ein Wettbewerb erfolgreich?

Als allererstes brauchen Sie für ein erfolgreiches Preisausschreiben natürlich: Einen spannenden Preis. Denn dieser ist es, der die Nutzer dazu bringt, an der Verlosung teilzunehmen. Überlegen Sie sich genau, wieviel Budget Sie investieren möchten und was Ihre Zielgruppe als Preis anlocken könnte. Ob Sie ein Produkt aus Ihrem eigenen Sortiment verlosen oder hochwertige Werbemittel verschenken – der Preis wird Ihr Aufhänger für das Gewinnspiel. Ein wenig mehr auszugeben lohnt sich übrigens: Im Durchschnitt erhöhen gut durchdachte Gewinnspiele in den sozialen Netzwerken die Followeranzahl um bis zu einem ganzen Drittel. Besonders schnell geht dies, wenn Sie das kommentieren und Teilen des Gewinnspiels zur Teilnahmebedingung machen. Denn so verbreitet jeder Teilnehmer das Gewinnspiel automatisch unter seinen eigenen Freunden und diese bei ihrer Teilnahme dann wieder unter ihren Freunden. So wird ein Post schnell viral und das

bedeutet: Neue Follower, mehr Reichweite, mehr Likes und Aufmerksamkeit für Ihre Produkte.

Sichern Sie sich ab!

Wichtig bei jedem Gewinnspiel sind neben guten Preisen jedoch auch die Teilnahmebedingungen. Denn wer sich nicht absichert, für den kann die gute Marketingidee schnell verhängnisvolle Folgen haben. Beschreiben Sie Preise, Zeiträume und Bedingungen für die Teilnahme ganz genau und machen Sie sich vorher schlau, welche Social Media Plattform welche Regeln hat. Denn verschiedene Plattformen und Kanäle haben auch verschiedene Regeln. Welche Fotos dürfen Sie benutzen? Wie ist der zeitliche Rahmen für die Verlosung? Was wird verlost? Altersbeschränkungen, die Ziehung der Gewinner, Gewinnbenachrichtigung, Datenschutz – Sie müssen im Vorfeld eines Gewinnspiels einiges beachten. Machen Sie sich am besten eine Liste und planen Sie einige Zeit für die Umsetzung ein. Auch ein rechtlicher Rat kann nicht schaden, damit Ihr Gewinnspiel Ihr Unternehmen sicher nach vorne bringt.

Verschiedene Arten von Gewinnspielen

Machen Sie sich außerdem Gedanken darüber, welche Art von Gewinnspiel für Ihre Marketingziele Sinn macht: Eine Verlosung? Ein Wettbewerb? Wie wird der Gewinner bestimmt? Sie haben hier eine ganze Reihe von Möglichkeiten. Die einfache Ziehung des Gewinners ist die wohl am häufigsten gewählte Variante, da sie unkompliziert und fair ist. Hierbei weisen Sie die Spieler an, dass das Kommentieren des ursprünglichen Gewinnspiel-Post eine Teilnahmebedingung ist. Alle Kommentare kommen nun mit Nummerierung in ein Dokument und nach Einsendeschluss kommen alle Nummern der Kommentare in einen Hut und Sie ziehen eine. Der Kommentar mit dieser Nummer ist der Gewinner. Dies funktioniert natürlich auch für mehrere

Preise.

Gewinnen mit Jury

Komplexer, aber auch spannender wird es mit einem Wettbewerb. Dies kann zum Beispiel ein Beitrag per Foto oder Kommentar sein. Besonders eignet sich diese Form des Wettbewerbs, wenn Sie selbst auf der Suche nach neuen Ideen und Inspirationen sind. Sie möchten einen neuen Schal aus Ihrer Kollektion anpreisen und Ihnen fehlt noch die Idee? Warum nicht einen Wettbewerb ausschreiben: 100 Arten einen Schal zu tragen – Die kreativste Idee gewinnt. Somit stellen Sie nicht nur Ihr neues Produkt vor und interagieren mit Ihren Followern, Sie bekommen mit Glück auch gleich eine tolle Idee für die nächste Marketingkampagne geliefert. Ähnliches funktioniert mit Slogans, Blogbeiträgen und Co. Die Ziehung der Gewinner gestaltet sich hier natürlich etwas schwieriger und subjektiver. Daher bietet es sich an, hier eine Jury aus mindestens drei Personen entscheiden zu lassen.

Ein Gewinnspiel lohnt sich in jedem Fall

Ob kleine Verlosung mit schicken Werbemitteln als Preis oder der große Wettbewerb mit einem gigantischen Hauptpreis: Gewinnspiele sind ein toller Weg für Kundeninteraktion, gesteigerte Reichweite und um Verkaufszahlen auf schnellem Weg anzukurbeln. Ihre Kunden freuen sich und Sie haben mit recht wenig Aufwand eine enorme Wirkung. Probieren Sie es diesen Sommer doch einfach einmal aus und starten Sie eine Verlosung oder einen Wettbewerb auf Ihren Social Media Kanälen!



■