

Werbefreude (wieder-)finden

UnternehmerFrauen lassen sich inspirieren vom Roten Faden



Auch bei der zweiten Präsenzveranstaltung der UnternehmerFrauen im Handwerk konnte die 1. Vorsitzende Yvonne Behrens viele Teilnehmer begrüßen. Sich persönlich auszutauschen stehe hoch im Kurs, stellte sie fest, und das heutige Thema „Werbung“ sei immer wieder spannend.

„Werbung hat drei Aufgaben“, so die Referentin Christiane Blenski, „1.) **ihr** Unternehmen bekannt zu machen, 2.) **ihr** Produkt als positiv im Bewusstsein ihrer Kunden zu verankern und 3.) Kontakt zu **ihrem** Kundenstamm zu halten bzw herzustellen“. Mit dieser Aussage eröffnete Blenski ihre Werbekonzeption „Roter Faden“ und schaffte es im Verlauf der Veranstaltung, die Anwesenden für mehr Werbung im eigenen Unternehmen zu begeistern.

Blenski führte an, dass viele Handwerksbetriebe mangels Zeit und Ideen wenig in Werbung investierten, auch spiele der Kostenfaktor oft eine Rolle. Sie verstehe sich als strategische Ratgeberin und zeige mit ihrem Konzept neue Wege auf.

„Was lieben Sie selbst und ihre Mitarbeiter an der Arbeit?“ Welche Komplimente/positives Feedback bekommen Sie oft? Was macht ihre Arbeitsweise anders? Holen Sie ihre Mitarbeiter ins Boot“, ermunterte Blenski die UnternehmerFrauen. Die Erstellung eines Motivationspapiers sei empfehlenswert. „Verlieben Sie sich selbst erneut in Ihr Produkt und begeistern Sie Ihre Mitarbeiter.“ Erfolgreiche Werbung beginne im eigenen Kopf, so Blenski.

Man könne die Wirkung der Werbung vergrößern, indem man gute Ideen verbinde und in kleineren gezielten Werbehappen über die sozialen Medien aber auch Messen, Gewerbeschauen verstreue, so Blenski und lieferte auch gleich ein Beispiel. „Sie planen z.B. Ihre Firmenwagen neu zu beschriften?“

Sie empfahl, dies auf der Firmen-homepage und/oder im newsletter anzukündigen „Zeigen Sie das erste Fahrzeug hier und ermuntern ihre Kunden, nach ihren Firmenwagen Ausschau zu halten und ein Bild an den Betrieb zu schicken“. Sie warb für eine Veröffentlichung einiger Bilder auf der homepage und einer Prämierung der witzigsten Aufnahme ebenfalls hier. So erlange man Aufmerksamkeit und eine hohe Besucherzahl auf der homepage und sammle E-Mail-Adressen für den Newsletter.

Die Pandemie hätte die Werbung verändert, so Blenski. Viele seien dünnhäutiger und müder geworden und auf der Suche nach guten Gefühlen. Hier sehe sie eine Chance für kleinere Firmen und Familienbetriebe. „Zeigen Sie Ihr Gesicht in der Werbung, erwähnen Sie wie verantwortungsbewusst ihr Unternehmen mit dieser Krise umgeht. Und wiederholen Sie dies ständig.“ Wiederholungen blieben viel eher im Gedächtnis haften, versicherte Blenski ihren Zuhörern.

Yvonne Behrens dankte Frau Blenski (www.rotorfaden-blenski.de) für diesen aufschlussreichen Vortrag und war sich mit den anwesenden UnternehmerFrauen einig, viele kostengünstige praktikable Anregungen aus dieser Veranstaltung mitgenommen zu haben.