

Zielgruppen-Orientierung

WEM will ich WAS vermitteln.
Wen will ich erreichen?
Was sind deren Bedürfnisse, was ihre Gewohnheiten?
Was will ich mit der Werbung erreichen?

Aida-Prinzip

Gute Werbung:

- erregt Aufmerksamkeit (Attention)
- formt ein Interesse (Interest)
- lässt dieses Interesse zu einem Wunsch werden (z.B. Mitglied zu werden oder mit in das Zeltlager zu fahren (Desire))
- animiert zur Tat z.B. durch einen Aufruf zur Anmeldung (Action)

Persönlicher Kontakt

Begeisterung lässt sich am besten aus erster Hand transportieren. Ihr könnt euch beispielsweise bei den Kommunionkindern oder Firmlingen mit einer Aktion präsentieren (Lesenacht, Cocktailbar etc.) oder ihr veranstaltet einen Elternabend.

Mehrere Kanäle nutzen

Verknüpft digital und Analog!
Mit mehreren Kanälen (analog, Social Media, Homepage) wird niemand ausgegrenzt. Achtet dabei auf den passenden Kanal für eure Zielgruppe.
Eltern haben heute noch immer die lokalen Zeitungen abonniert. Also informiert auch hier über eure Aktionen, Gruppenstunde etc.

8 GOLDENE REGELN DES WERBENS

Emotionen, Geschichten, Polarisieren

Emotionen und persönliche Erfahrungen sind wichtig für unsere Aufmerksamkeit. Wir lassen uns von einer begeisterten Atmosphäre anstecken und wünschen uns und ebenfalls solche positiven Erfahrungen zu machen.
Ihr könnt z.B. Kinder, Eltern und Jugendliche zu euren Aktionen interviewen. Die begeisterten Berichte baut ihr in eure Werbung für die nächste Aktion ein.

Authentizität

Verstellt euch nicht in eurer Werbung!
Seid ihr selbst! Stellt vermeintliche Schwächen positiv da.
Orientiert euch aber ruhig an Material von anderen. Ihr müsst das Rad nicht neu erfinden!

Ansprechendes Design

Werbematerial sollte einheitlich, professionell, schlicht und übersichtlich sein. Wenig Farben haben und korrekte Rechtschreibung besitzen
Tipp:
Nutzt die KJG-Designelemente der Bundesebene oder fragt in der Diözesanstelle nach Vorlagen für Flyer, Briefpapier oder Postkarten.

Bilder sagen mehr als 1000 Worte

Emotionen und Gefühle lassen sich am besten durch Bilder transportieren. Texte hingegen dienen vor allem der Information. Achtet bei der Verwendung von Bildern auf Einhaltung des Datenschutzes und des Urheberrechtes.