



Modernes Online-Marketing ist nicht nur etwas für große Versorger:

Auch mit kleinerem Etat und regional fokussiert lässt sich viel bewegen!

Sehr geehrte Damen und Herren,

Konzerne und einige große Versorger nutzen die Möglichkeiten, die sich heute durch modernes Online-Marketing bieten, schon sehr intensiv. Kleinere und mittelgroße Versorger sind da noch eher zurückhaltend – und stehen diesem In-Thema bisher relativ ablehnend gegenüber. Das ist schade – denn gerade Stadtwerke und Regionalversorger könnten damit viel bewegen!

Beispiel 1: Sie wollen außerhalb Ihres Kernversorgungsgebietes neue Kunden hinzugewinnen.

Bei dieser Konstellation könnten Sie mit einer PLZ-genau begrenzten Google-Adwords- und Display-Anzeigen-Kampagne genau jene Klientel erreichen, die sich sowieso schon mit Wechselgedanken trägt und dazu im Internet recherchiert hat. Und das Beste dabei: Sie bezahlen nur für diejenigen, die in den relevanten Zielgebieten wohnen, tatsächlich Interesse an Ihrem Angebot haben und aktiv auf die entsprechende Online-Anzeige von Ihnen klicken – für niemand sonst. Eine zielgerichtetere und effizientere Akquisewerbung ist kaum denkbar!



Beispiel 2: Sie wollen ein neues, sehr zielgruppenspezifisches Versorgungsangebot mit minimalen Streuverlusten und zu vertretbaren Kosten bekannt machen.

In diesem Fall könnten Sie Facebook-Anzeigen schalten (lassen), deren Ausstrahlung extrem genau auf die wirklich relevante Zielgruppe ausgerichtet ist. Derzeit gibt es kaum bessere Möglichkeiten, profilgenauer zu werben, weil wohl niemand mehr über uns, unsere soziodemographischen Daten und unsere Interessen weiß, als Facebook.



Und auch bei diesem Beispiel gilt: Bezahlt werden muss nur für die Facebook-Anzeigen-Einblendungen, auf die aktiv von den Empfängern geklickt wird. Und – ebenso wichtig, aber oft nicht bekannt – via Facebook kann auch dann geworben werden, wenn keine Facebook-Fansite existiert (was viele Versorger ja ganz gerne vermeiden). Falls keine Fansite existiert, werden die Anzeigen einfach auf eine dafür geeignete Untersite der jeweiligen Versorger-Homepage verlinkt!

Beispiel 3: Sie wollen einmalige Besucher Ihrer Homepage wiederholt mit bestimmten Angeboten oder Leistungen zu vertretbaren Kosten in Kontakt bringen.

Sollte das ein wichtiges Ziel von Ihnen sein, bieten sich dafür Re-Targeting-Tools an. Damit ist es möglich (z.B. über das Google Display-Anzeigennetzwerk) Einmalbesuchern Ihrer Homepage in einer zuvor bestimmaren Intensität auf unterschiedlichsten Google-Partnerseiten immer wieder spezifische Online-Anzeigen einzublenden. Haben Sie sich vielleicht schon einmal gewundert, warum Ihnen immer wieder bestimmte Anzeigen beim Surfen angezeigt werden, die Ihrem Suchinteresse entsprechen? Genau DAS ist Re-Targeting!



Am besten, Sie lassen sich zu dieser Thematik möglichst bald einmal von uns beraten.

Als Marketingagentur, die auf Stadtwerke und Regionalversorger spezialisiert ist, können wir Sie zielgerichtet bei der Implementierung unterstützen. Rufen Sie doch einfach mal bei uns an:

Tel. 0921 75931-0

Die Kolleginnen Uschold und Hagen in unserem Service-Center vereinbaren gerne einen Infotermin.

Alternativ können Sie zur Kontaktaufnahme auch das beigefügte Rückantwortformular oder das Kontaktformular auf unserer Spezial-Microsite für Versorger nutzen. Die Adresse lautet:

www.stadtwerkmarketing.de



Über den abgebildeten QR-Code können Sie sich auch direkt verlinken lassen!

Mit freundlichen Grüßen

Häusler & Bolay Marketing GmbH

A handwritten signature in black ink that reads "Ralf Bolay".

Ralf Bolay
Geschäftsführer



Übrigens bieten wir seit kurzem gemeinsam mit unserem Partner AVS Data Management & Customer Care auch eine individuell konfigurierbare Spezial-App für Stadtwerke und Regionalversorger an. Infos dazu finden Sie auf der Microsite www.stadtwerkmarketing.de/app.html !