

**VOGEL** 

VERLAG HEINRICH VOGEL

Dr. Till Ackermann

# **Lernfeld 5.5**

## **Kommunikationspolitik**

Dezember 2015

## Werbung

Kapitel 5.5  
S. 208



### Werbemedien im ÖPNV:

- Broschüren
- Anzeigenwerbung
- Lokale Rundfunkwerbung
- Printwerbung mit eigenen Medien
- Außenwerbung
- Direktmarketing
- Eventmarketing, z. B. Tag der offenen Tür
- Give-aways
- Online-Werbung



Abb.: Verkehrs- und Tarifverbund Stuttgart

Bei einer guten Kommunikation entsteht ein Dialog.

Kapitel 5.5  
S. 209



Web 1.0 / klassische Werbung

„one to many“

- Homepage
- Plakate, Prospekte, Anzeigen
- Radio- und Fernsehspots

Web 2.0 Dialogmarketing

„one / many to many“

- Social Media
- Youtube
- Blogs

Klassische Dialogmarketingaktivitäten

„one to one / many“

- Call-Center
- Direktmarketing-Briefe mit Antwortschreiben
- Werbeaussendung mit Coupons
- Beschwerdebearbeitung

Webbasierte Dialogmarketingaktivitäten

„one to one / many“

- Direktmarketing-E-Mails mit Antwortfunktion
- Cookies und Werbeeinblendung nach Nutzerinformationen

Social Media Kanal	Was kann er?
Facebook	Veröffentlichung von Text, Fotos, Videos und Ton; Posts und Private Nachrichten. Größte Plattform, facebook erhält Rechte an hochgeladenen Inhalten. Teilweise auch für Employer Branding genutzt.
Twitter	Kurznachrichten in 140 Zeichen, über die Verwendung von Kurz-URL auch mit Bild. Push-Kanäle z. B. zur (linienbezogenen) Information über Störungen.
Youtube	Videos hochladen, sehen, kommentieren, bewerten und teilen; Videosequenzen aktueller Ereignisse, Imagefilme, Werbespots, Erklärfilme, Hintergrundinfos und die Vorstellung einzelner Abteilungen.
Blog	Medium um längere redaktionelle „Geschichten“ zu erzählen, Hintergrundinformationen.

Information – Buchung – Ticketing – Bezahlen – Kontrolle – Reisebegleitung

## Kundenverhalten:

- „Always on“
- Mobil / Positionierung
- Multimodal
- Informationsüberlastung
- Vorlieben
- Wunsch nach Einfachheit



## Anforderung:

- Echtzeit, für mobile Endgeräte optimiert, Auflademöglichkeit
- Standortbezogene Auskünfte und Services
- Multimodale Angebote, intermodale Suche
- Individuelle Relevanz, One-Klick
- Favoriten, Profile, lernendes System
- Integration in eine App
- Einmal für alles Anmelden