

SAISONALES MARKETING STEIGERT DIE UMSÄTZE

Veröffentlicht am 18. Dezember 2012 von Annette

Wer Produkte oder Dienstleistungen bewerben will, muss allerlei Faktoren beachten. Das Design, die Zielgruppe oder der Ort, an [...]

Wer Produkte oder Dienstleistungen bewerben will, muss allerlei Faktoren beachten. Das Design, die Zielgruppe oder der Ort, an der Werbung geschaltet wird, sind nur ein paar der Dinge, die wohlüberlegt sein wollen. Ein bedeutendes Kriterium wird allerdings häufig außer Acht gelassen: der **Zeitpunkt** der Werbemaßnahme.

Manche Produkte verkaufen sich das ganze Jahr über sehr gut, weil sie konstant gebraucht werden, wie zum Beispiel Benzin, Kaffee oder Telefonanschlüsse. Für vieles andere gilt aber, dass die **Nachfrage je nach Jahreszeit zu- oder abnimmt**. An dieser Stelle kann man als Unternehmen profitieren, wenn man sein **Marketing an die saisonalen Gegebenheiten anpasst** und Werbemaßnahmen clever plant. Häufig lassen sich auch die eigenen Produkte und Dienstleistungen mit **Höhepunkten im Kalenderjahr** verbinden, wie beispielsweise einem Sport-Event, sonstigen Großveranstaltungen oder einfach einer besonderen Jahreszahl. Wichtig ist, sich in die Benutzer hineinzuversetzen und zu verstehen, wonach sie je nach Saison bei den **Suchmaschinen** suchen könnten.

Man sollte dafür sorgen, schon im Vorfeld Kampagnen auf [Facebook](#), der [Unternehmenswebseite](#), bei [Google Adwords](#) oder im [Firmenblog](#) zu planen und sie pünktlich zu Saisonbeginn zu starten. Man sollte sich bewusst sein, dass das bedeutet, dass man die Aktionen in der Regel **bereits am Ende der vorangegangenen Saison planen** muss, um rechtzeitig fertig zu sein. Die Mühe lohnt sich allerdings für viele Produkte und Dienstleistungen und verschafft Unternehmen einen bedeutenden **Wettbewerbsvorteil**.

Einige Ideen für [Herbst-](#) und [Winter-Aktionen](#) haben wir bereits für Sie gesammelt.