

MADE WITH  BY STEFFEN UND BACH

BAK-FST

WO SIND DIE JUGENDLICHEN UNTERWEGS?

KURZKONZEPT ZUR GEWINNUNG POTENZIELLER SCHÜLER*INNEN



WAS SIE HEUTE ERWARTET

- Gestatten: Steffen und Bach
- Wer — die Zielgruppe
- Was — die Berufsbilder
- Womit — die kreative Leitidee
- Wie — die Kommunikationskanäle
- Unsere mögliche Zusammenarbeit



WAS SIE HEUTE ERWARTET

- Gestatten: Steffen und Bach
- Wer — die Zielgruppe
- Was — die Berufsbilder
- Womit — die kreative Leitidee
- Wie — die Kommunikationskanäle
- Unsere mögliche Zusammenarbeit



GESTATTEN: STEFFEN UND BACH

MARKEN UND MARKETING

Full-Service-Agentur
inkl. Beratung
und Management

MESSBAR

Messbares
Marketing auf Basis
permanenten
Controllings
und Monitorings

32+10

Feste und feste
freie Mitarbeiter
an den Standorten
Braunschweig
und Berlin

ERFAHRUNG

Canon, DAA, Fürsten-
Reform, Jägermeister,
Teutloff, Trodat, VW, VDS,
VW FS, diverse Schulen
(Gymnasien, BBS, etc.),
u.v.m.



CHRISTIAN BACH

Marketing-Manager,
Marktforscher,
Dipl. Designer (FH)

Schwerpunkte:
Personalmarketing

Geschäftsführender
Vorstand des
Marketing-Clubs
Braunschweig

Wer andere entzünden will, muss brennen

**WIR GLAUBEN FEST
DARAN, MENSCHEN
BEGEISTERN ZU
KÖNNEN!**



WAS SIE HEUTE ERWARTET

- Gestatten: Steffen und Bach
- Wer — die Zielgruppe
- Was — die Berufsbilder
- Womit — die kreative Leitidee
- Wie — die Kommunikationskanäle
- Unsere mögliche Zusammenarbeit



ZIELGRUPPEN



Geschlecht: Männlich
Alter: 65+
Herkunft: England
Überdurchschnittliches
Haushaltsnettoeinkommen



ZIELGRUPPEN

Geschlecht: Weiblich

Alter: Mitte 40

Herkunft: Deutschland

Mehrfache Mutter





GENERATION Z

1995+ geboren = 11 % der dt. Bevölkerung = ca. 7 Mio.

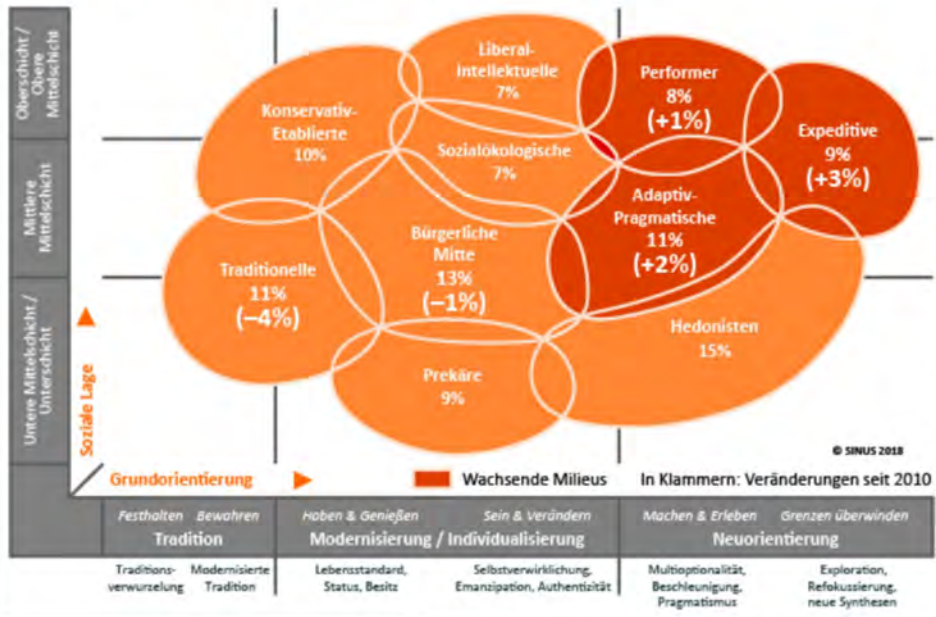
Doch reichen demografische Daten?

**WIR BENÖTIGEN
SOZIO- UND PSYCHO-
GRAFISCHE DATEN!**



Die Sinus-Milieus® in Deutschland 2018

Soziale Lage und Grundorientierung






ADAPTIV-PRAGMATISCHES MILIEU

Die moderne junge Mitte mit ausgeprägtem Lebenspragmatismus und Nützlichkeitsdenken: Leistungs- und anpassungsbereit, aber auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung; zielstrebig, flexibel, weltoffen – gleichzeitig starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit








ZDF — Zahlen, Daten, Fakten

DEMOGRAFISCHE, SOZIOGRAFISCHE UND PSYCHOGRAFISCHE DATEN

Bedarfe, Bedürfnisse, Verhalten, Erwartungen,
Erlebnisse, Pain Points, Gute Gründe, ...




ERSTELLUNG VON PERSONAS - DEMOGRAFISCHE DATEN

PERSONA LENA 



GENDER
Female
Male
Other



NAME Lena	SHORT NAME LEN
OCCUPATION Azubine Kauffrau Marketingkommunikation	
NATIONALITY deutsch	AGE 19
MARITAL STATUS ledig	

MOOD IMAGES


ERSTELLUNG VON PERSONAS - SOZIO- UND PSYCHOGRAFISCHE DATEN

MOOD IMAGES

Add image



DESCRIPTION

B I 12pt **TI**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

SINUS MILIEU

B I 12pt **TI**

Expeditives Milieu (Die ambitionierte kreative Avantgarde)

- (Transnationale) Trendsetter
- Mental und geografisch mobil
- Online und offline vernetzt
- Zielorientiert – aber kein Karrieredenken
- Individualismus und Nonkonformismus
- Auf der Suche nach neuen Grenzen und Lösungen

3 GUTE GRÜNDE, UM MEIN ANGEBOT ZU NUTZEN

B I 12pt **TI**

- Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes
- Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa.
- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

KOMMUNIKATIONSVERHALTEN

B I 12pt **TI**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

EINKAUF SZETTEL



KLARE ZIELGRUPPENPROFILE ERSTELLEN

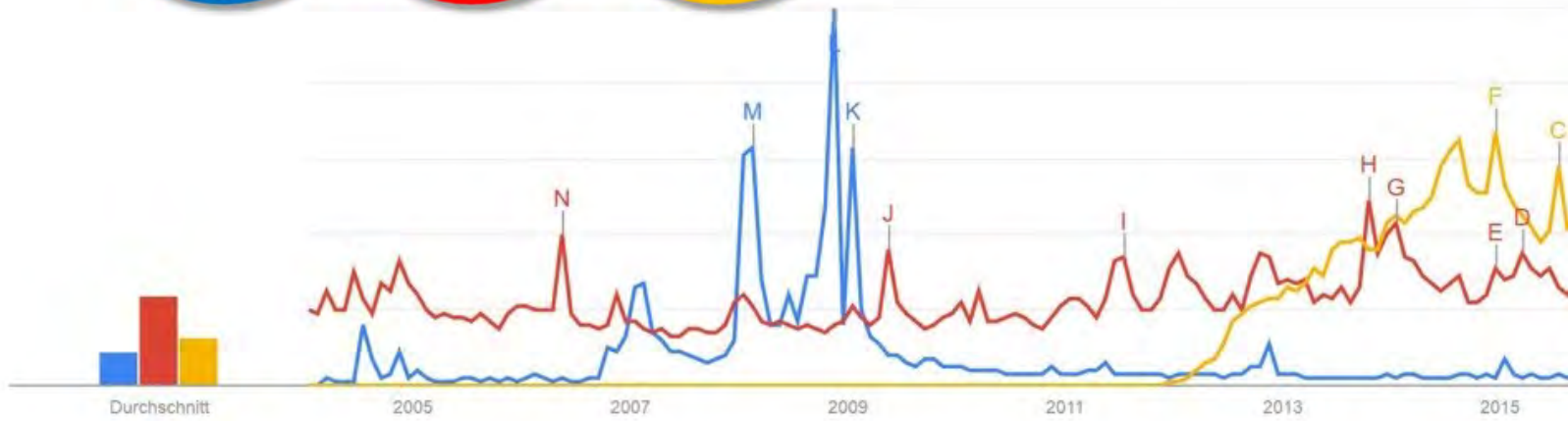
WAS SIE HEUTE ERWARTET

- Gestatten: Steffen und Bach
- Wer — die Zielgruppe
- Was — die Berufsbilder
- Womit — die kreative Leitidee
- Wie — die Kommunikationskanäle
- Unsere mögliche Zusammenarbeit



UNTERSCHIEDLICHE INTERESSEN





ZWEI ERFOLGREICHE MARKEN ERGÄNZEN SICH

Bianca Heinicke alias Bibi vom
YouTube-Channel „Bibis Beauty Palace“

> 5,65 Mio. Abonnenten / > 2,32 Milliarden Views

Schminktipp, Beautyhauls, „Lebenstipps“

Gemeinsam mit dm Launch einer Duschschaumserie

Am ersten Tag komplett ausverkauft

Geschätzter Umsatz von dm am ersten Tag:

> EUR 10 Mio.



Sollten wir nicht den Jugendlichen die Berufsbilder erklären?

Mach den Teilecheck!

Du weißt noch nicht, welcher Ausbildungsberuf zu dir passt? Kein Problem - mit unserem Teilecheck finden wir mit nur wenigen Fragen gemeinsam den perfekten Beruf für deinen Start ins Berufsleben. Leg sofort los!

Was trifft auf dich zu?

DER TÜFTLER!
Schrauben, werten und reparieren ist dein Ding? Dann geht es gerne hier los!

DER DRAHTZIEHER!
Organisieren, verkaufen und planen sind deine starken Vorlieben? Hier bist du auf dem richtigen Weg!

Navigation: Volkswagen, Home, Ford facts, Teilecheck, Job Overview, Ausbildung



EINKAUF SZETTEL



KLARE ZIELGRUPPENPROFILE ERSTELLEN
BERUFSBILDER, DEREN CHANCEN UND - WENN
MÖGLICH - DEN SCHULALLTAG DARSTELLEN

WAS SIE HEUTE ERWARTET

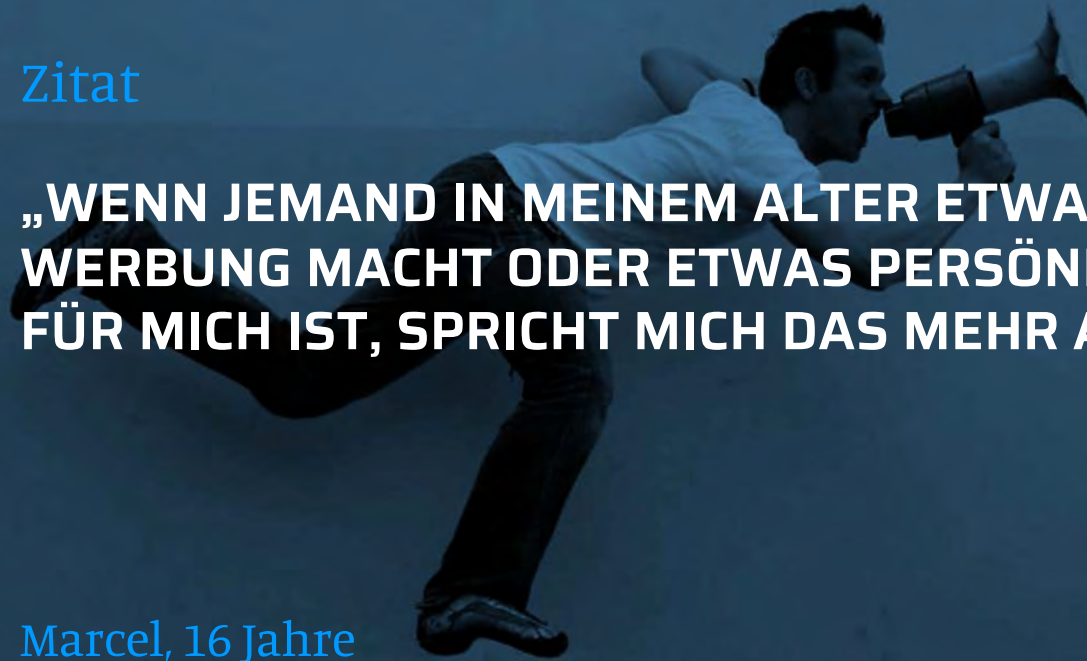
- Gestatten: Steffen und Bach
- Wer — die Zielgruppe
- Was — die Berufsbilder
- Womit — die kreative Leitidee
- Wie — die Kommunikationskanäle
- Unsere mögliche Zusammenarbeit



Zitat

„WENN JEMAND IN MEINEM ALTER ETWAS IN DER WERBUNG MACHT ODER ETWAS PERSÖNLICH NUR FÜR MICH IST, SPRICHT MICH DAS MEHR AN.“

Marcel, 16 Jahre



[HTTPS://YOUTU.BE/EUSBIAL6ASI](https://youtu.be/eusbial6asi)

DAS HANDWERK
DIE WIRTSCHAFTSMACHT. VON NEBENAN.

WWW.HANDWERK.DE

A person is shown from the chest down, holding a fishing rod in their right hand and a fish in their left hand. The person is wearing a dark t-shirt and shorts with a white stripe on the side. The background is a field of tall grass. The entire image has a blue color overlay. The text is centered over the image.

Wichtig!

**DER WURM MUSS NICHT
UNS ANGLERN SCHMECKEN,
SONDERN DEM FISCH!**

KREATIVE LEITIDEE



Grundlage für eine aufmerksamkeits- und
erinnerungsstarke Ansprache der Zielgruppen

Der „rote Faden“, der sich durch die Kommunikation zieht

Lädt die oft rationale Kommunikation emotional auf

Alle Kampagnenmaßnahmen werden an dieser
kreativen Leitidee kommunikativ ausgerichtet

Somit: gemeinsame Form-, Bild- und Inhalts-
sprache, für den Transport der wichtigen
Botschaften auf emotionaler Ebene



DIE KREATIVE LEITIDEE – EIN BEISPIEL



Du willst beruflich den
Turbo einschalten?



Du verlierst nie den
Überblick?



Große Klappe
viel dahinter?



Dich **bremst**
so leicht **nichts** aus?



Du bist **farbenfroh &**
vielschichtig?



Zündkerzen
bringen dich **auf Touren?**

EINKAUF SZETTEL



KLARE ZIELGRUPPENPROFILE ERSTELLEN

BERUFSBILDER, DEREN CHANCEN UND - WENN MÖGLICH - DEN SCHULALLTAG DARSTELLEN

KREATIVE LEITIDEE ERARBEITEN UND IN DEN ZIELGRUPPEN TESTEN

WAS SIE HEUTE ERWARTET

- Gestatten: Steffen und Bach
- Wer — die Zielgruppe
- Was — die Berufsbilder
- Womit — die kreative Leitidee
- Wie — die Kommunikationskanäle
- Unsere mögliche Zusammenarbeit

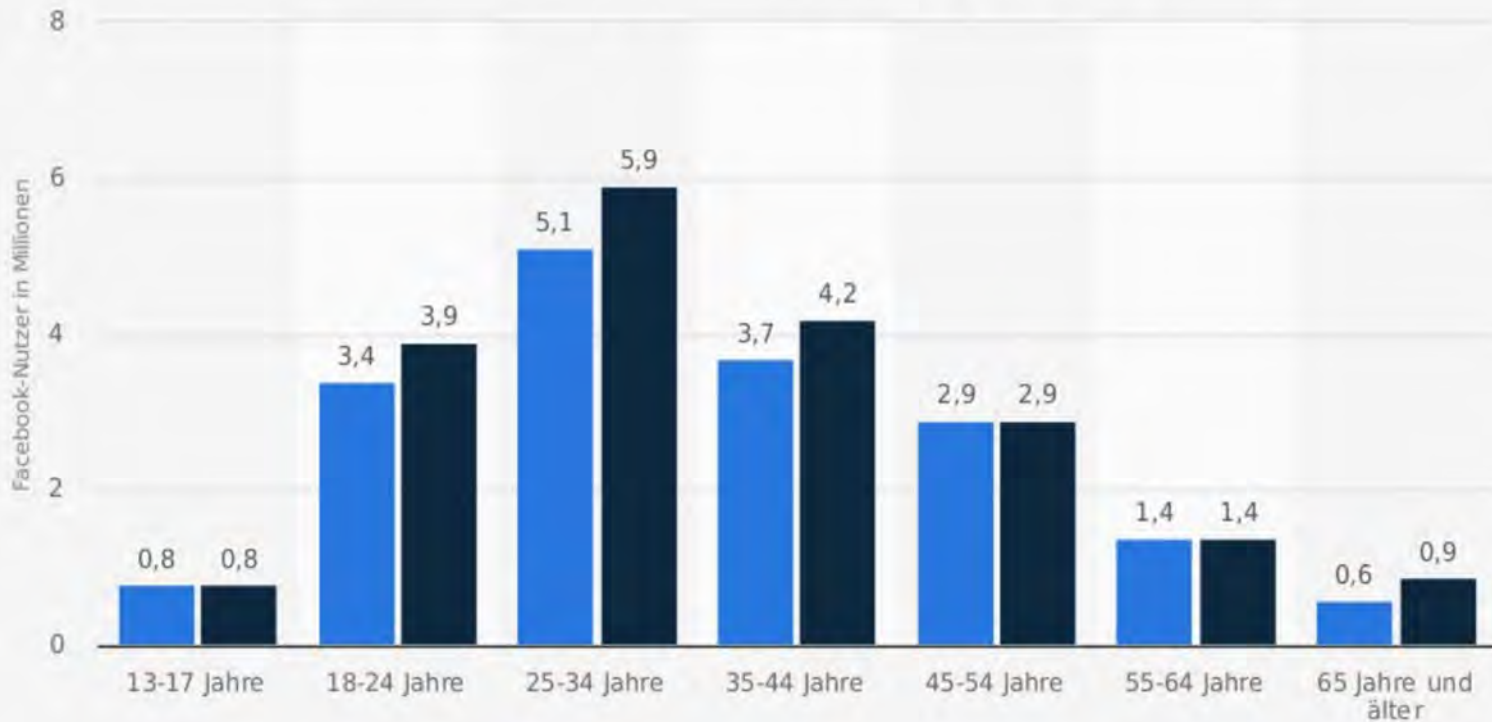


Kommunikationsverhalten

WO ERREICHEN WIR DIESE GENERATION Z?



Anzahl der Facebook-Nutzer nach Altersgruppen und Geschlecht in Deutschland im Januar 2018 (in Millionen)



LISA UND LENA, 16 JAHRE ALT



tik tok (Musical.ly)
32,7 Mio. Fans



Instagram
15,2 Mio. Follower

Aufbau der Reichweite in weniger als drei Jahren!



7,5 MRD. MENSCHEN AUF DER WELT
4,1 MRD. EINE ZAHNBÜRSTE
5,1 MRD. HABEN EIN HANDY

2/3 aller Menschen hat Zugang zu einem Mobiltelefon

60% davon zu einem Smartphone

100.000 neue Mobiltelefonnutzer pro Tag

Durchschnittlicher Datenverbrauch/Monat: 3,8 GB

Auslieferung der Websites auf mobile Endgeräte

Ihre Testergebnisse für technikakademie-bs.de ⓘ

**Die Geschwindigkeit dieser Seite beträgt
4.9 Sekunden in einem 4G-Netz.**

BEWERTUNG

Langsam

Langsame Seiten benötigen mehr als 2,5 Sekunden.

A white smartphone is shown vertically, displaying the website content. At the top, it shows the 'TAB' logo. Below that is a photo of three people. The text 'Willkommen...' is visible. Further down, there is a heading '... im Kompetenzzentrum für Technikausbildung. One step ahead!' and a sub-heading 'Der Technikausbildung...' followed by a list of bullet points.

INSPIRATION

Bewusstsein für das Produkt wird geweckt

FAVORISIERUNG

Das Interesse für das Produkt wird verstärkt

WUNSCH

Der Kunde erwägt den Kauf des Produktes

ANSTOSS

Die Kaufabsicht wird konkret

Customer Journey

NUTZEN

Das Produkt wird verwendet

MITTEILEN

Alle sollen vom Kauf erfahren

EMPFEHLUNG

Das Produkt wird weiterempfohlen

WIEDERKAUF

Oder zusätzliche/ergänzende Produkte werden gekauft

UMSETZUNG

Das Produkt wird gekauft



**UND WIR MACHEN ALLES
MESSBAR!**



ZDF:

ZAHLEN/DATEN/FAKTEN

Relevante Kennzahlen definieren und Monitoring aufsetzen:
Geschaffene Kontaktpunkte, Anmeldungen, Zugriffe,
CPS's, CPC's, CTR's, etc.

IDENTIFIZIERUNG UND OPTIMIERUNG VON CUSTOMER JOURNEYS

Vor dem Kaffee zu Hause >> **Auf dem Weg zur Schule**

6:00 Uhr: Lena wach... | Sie bemerkt, dass sie k... | Entscheidung, auf dem... | 7:45 Uhr: Sie trifft vers... | Sie reibt sich in die Sch...

Lenas Morgen

6:00 Uhr. Lena wacht auf

Sie bemerkt, dass sie keinen Kaffee mehr im Haus hat

Entscheidung, auf dem Weg zur Schule einen Kaffee bei Schaper zu kaufen

7:45 Uhr: Sie trifft verspätet bei Schaper ein - und auf eine lange Schlange an Wartenden

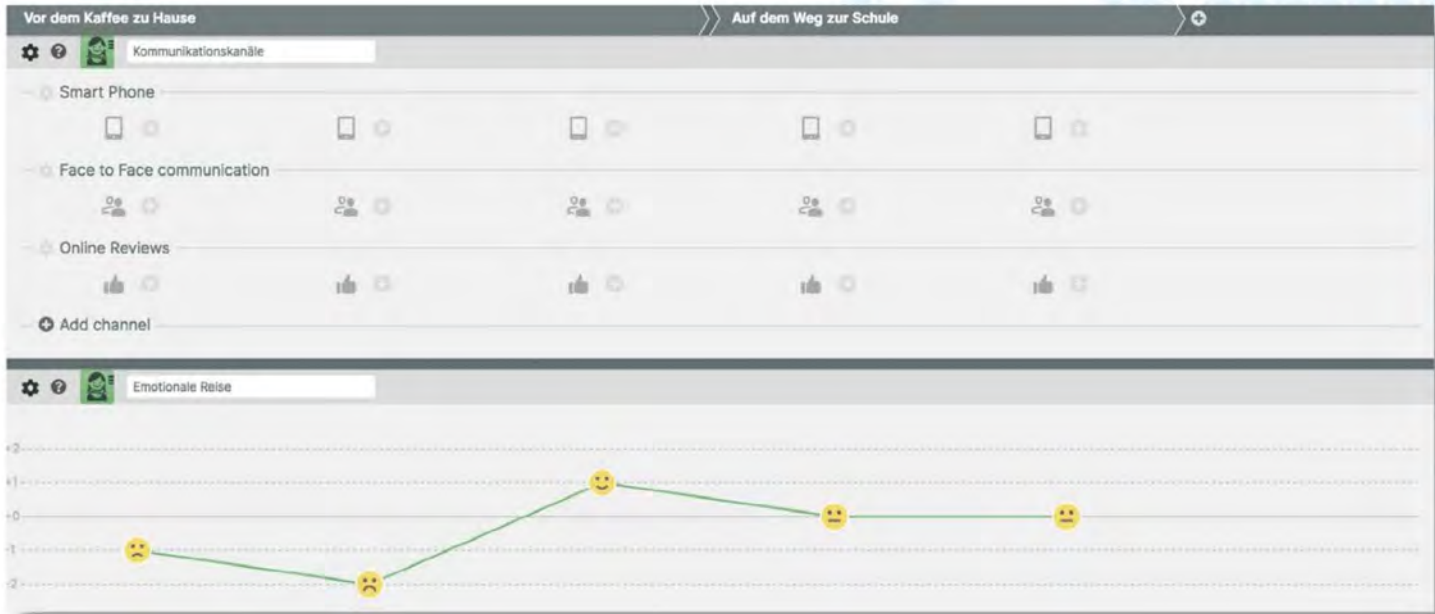
Sie reibt sich in die Schlange ein - und befürchtet, zur ersten Stunde zu spät zu kommen

Lenas Storyboard



The storyboard consists of five sequential illustrations: 1. A person sleeping in bed with 'Z's above their head. 2. A person with a sad, worried expression. 3. A glowing lightbulb, symbolizing an idea or decision. 4. A white car with its door open. 5. A person standing in a queue outside a shop with a striped awning.

IDENTIFIZIERUNG UND OPTIMIERUNG VON CUSTOMER JOURNEYS



Weiterempfehlung fördern und messen



Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie XING einem Freund, Bekannten oder Kollegen weiterempfehlen?

«überhaupt nicht wahrscheinlich

sehr wahrscheinlich»

0

1

2

3

4

5

6

7

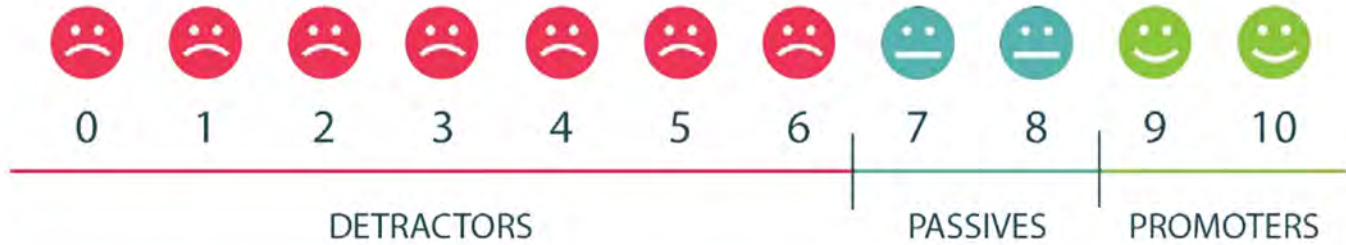
8

9

10



Implementierung des Net Promoter Scores



$$\text{😊 \%} - \text{😞 \%} = \text{NET PROMOTER SCORE}$$

EINKAUFSZETTEL



KLARE ZIELGRUPPENPROFILE ERSTELLEN

**BERUFSBILDER, DEREN CHANCEN UND - WENN
MÖGLICH - DEN SCHULALLTAG DARSTELLEN**

**KREATIVE LEITIDEE ERARBEITEN
UND IN DEN ZIELGRUPPEN TESTEN**

**KOMMUNIKATIONSVERHALTEN ERUIEREN
SOWIE MARKETING-MIX STRATEGISCH
PLANEN UND AUFSETZEN**

WAS SIE HEUTE ERWARTET

- Gestatten: Steffen und Bach
- Wer — die Zielgruppe
- Was — die Berufsbilder
- Womit — die kreative Leitidee
- Wie — die Kommunikationskanäle
- Unsere mögliche Zusammenarbeit



WIR BLEIBEN IN KONTAKT!

- Kollaboratives Projektmanagement auf Trello
- Täglich: Telefon und Slack und/oder WhatsApp, zur Not Mail
- Regelmäßige Meetings vor Ort zur direkten Abstimmung
- Gesicherter Fileserver zur Ablage von Daten, Bildern, Filmen, Dokumenten etc.
- Verschwiegenheitserklärung (NDA) von allen Mitarbeitern vorhanden

UNSER TEAM FÜR SIE

Michael Tüchelmann — Projektmanagement // Antonia Maxa — Projektassistenz

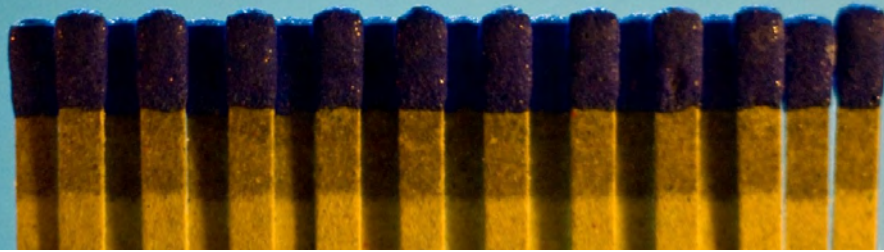
Manuela Meissner — Customer Experience Management und Marktforschung

Leslie Freund — Online-Redaktion // Tino Voß — E-Mail-Marketing

Caroline Ben Amor — Creative Direction // Carolin Lessing — Grafik Design

Daniel Hochbohm — Front-End-Entwicklung // Marcus Wolf — Back-End-Entwicklung

Christian Bach — Strategie und Analyse



IST DER FUNKE ÜBERGESPRUNGEN?



www.steffenundbach.de · +49 531 12 92 62 0