

10 Vorteile von Flyern

Klein, flexibel, punktgenau: Flyer sind aus der breiten Palette der Werbemittel nicht wegzudenken. Sie sind ein charmanter und preiswerter Weg, um das Image des eigenen Unternehmens zu pflegen, sich in Erinnerung zu rufen oder den Umsatz anzukurbeln. Auf einem – mehr oder weniger kunstvoll – gefalteten Blatt lassen sich Verkaufsbotschaften treffsicher formulieren und zielgenau verbreiten.

Die Vorteile im Detail:

Flexibel

Flyer eignen sich für viele verschiedene Organisationen und Anbieter: Unternehmen, Freiberufler, Ämter, Verbände in diversen Branchen. Ebenso können Sie eine Flyer-Aktion zu den unterschiedlichsten Anlässen durchführen, zum Beispiel zum Vermarkten eines neuen Produktes, zur Eröffnung einer neuen Filiale, zur Ankündigung eines Sonder-Verkaufs etc.

Handlich

Zu den größten Stärken eines Flyers zählt sein kleines Format. Der Leser kann ihn problemlos einstecken, abheften, weiterreichen. Und ist dabei unabhängig von Internet und Strom.

Vielseitig

Flyer sind einfach zu verteilen – per Post, im persönlichen Gespräch, in Läden und Firmenfoyers oder in Briefkästen. Außerdem können Sie sie Produkten ebenso leicht beilegen wie Katalogen, Imagebroschüren oder Mailings. Nicht zu vergessen die Verwendung als leave behind, zum Beispiel bei persönlichen Gesprächen auf Fachmessen.

Preiswert

Flyer sind billiger als Broschüren, Plakatwerbung oder Anzeigen. Das heißt natürlich nicht, dass Sie bei Konzeption, Grafik und Bildmaterial sparen sollten. Aber Sie können einen Flyer leicht an Ihr Corporate Design anpassen und meist werden Sie auf ohnehin bereits vorhandene Fotos zurückgreifen.

Informativ

Natürlich kann ein Flyer nicht so ausführlich über Ihr Unternehmen informieren wie eine Webseite oder eine Broschüre. Aber er kann mehr verkaufsfördernde Infos transportieren als eine Anzeige oder ein Plakat. Der Flyer lädt den Leser ein, mehr über Ihr Angebot zu erfahren - sei es durch einen Besuch in Ihrem Geschäft oder das Anfordern eines Kataloges.

Schnell produzierbar

Vom Konzept bis zum Druck dauert es meist nur wenige Wochen. Mit einem Flyer können Sie also z. B. schnell auf den Launch eines neuen Produktes oder einer neuen Dienstleistung reagieren. Oder auf einen Messebesuch, den Sie noch rasch einschleusen möchten und an dem Ihre geplante Broschüre noch nicht fertig ist.

Aktivierend

Ein Flyer enthält meist wenig Text und viele Bilder. Der Text ist leicht verständlich, informiert in wenigen, aber treffenden Worten über das Wesentliche und fordert den Leser zum Handeln auf – zum Beispiel zum Vereinbaren eines Beratungstermins. Diese handlungsfördernde Wirkung wird verstärkt, wenn der Leser den Flyer als Gutschein verwenden kann oder wenn Sie eine praktische Antwortkarte in den Flyer integrieren.

Messbar

Wenn Sie den Flyer mit einem Gutschein-Code für Ihren Online-Shop oder einer Antwortkarte versehen, können Sie leicht feststellen, wie viel Neugeschäft bzw. Anfragen Ihnen der Flyer gebracht hat.

Rasch wirksam

Flyer können – abhängig von der Branche – ein schnelles Handeln des Lesers bewirken. Verglichen mit Marketinginstrumenten wie PR-Artikel können Sie mit einer raschen Reaktion rechnen – vorausgesetzt, Sie versehen Ihren Flyer mit einer deutlichen Handlungsaufforderung, idealerweise ergänzt durch eine Rabatt-Marke oder Ähnliches.

Treffsicher

Mit Flyern können Sie Ihre Zielgruppe ohne größere Streuverluste erreichen – sofern Sie die Zielgruppe eng genug definiert haben. Gleichzeitig wirken sich die unvermeidlichen Streuverluste nicht allzu negativ auf Ihr Budget aus – schließlich lassen sich Flyer relativ preiswert herstellen.

Zur Autorin:

Dr. Doris Doppler arbeitet als freie Texterin und Wirtschaftsjournalistin in Innsbruck (A). Die promovierte Betriebswirtin verfasst Broschüren und Webseiten, optimiert bestehende Texte und entwickelt Konzepte zur Corporate Language. Sie ist für Direktkunden sowie Agenturen im gesamten deutschsprachigen Raum tätig.

mail: doppler@ddoppler.com

web: www.ddoppler.com