

MULTI-CHANNEL- DISTRIBUTION

Offline-Präsenzen



Landsiedel

0

Offline-Präsenzen

Einführung in das Thema

Stelle dir vor, du wärst in der Lage, täglich eine Vielzahl von Bestellungen zu generieren, ohne dabei auf aktive Werbekampagnen angewiesen zu sein. Genau hier setzt das **Prinzip der Offline-Präsenzen** an. Dieses Konzept basiert darauf, eine reale physische Präsenz oder Reputation aufzubauen, die Kunden auf natürliche Art und Weise anzieht, sodass du langfristig davon profitieren kannst.

Offline-Präsenzen

Einführung in das Thema

- **Offline-Präsenzen** sind vielfältig und umfassen Aktivitäten wie den Betrieb von Ladengeschäften, die Teilnahme an Messen, die Nutzung von Printmedien, das Engagement in Sponsoring-Aktionen und mehr.
- In diesem Abschnitt werden wir dir vermitteln, wie du Offline-Präsenzen effektiv einsetzen kannst und gleichzeitig die damit verbundenen **Vor- und Nachteile** beleuchten.
- Zudem wirst du abschließend in der Lage sein, **eigenständig zu entscheiden**, ob Offline-Präsenzen für dein Unternehmen geeignet sind oder nicht.

1

Offline-Präsenzen

Was ist eine Offline-Präsenz

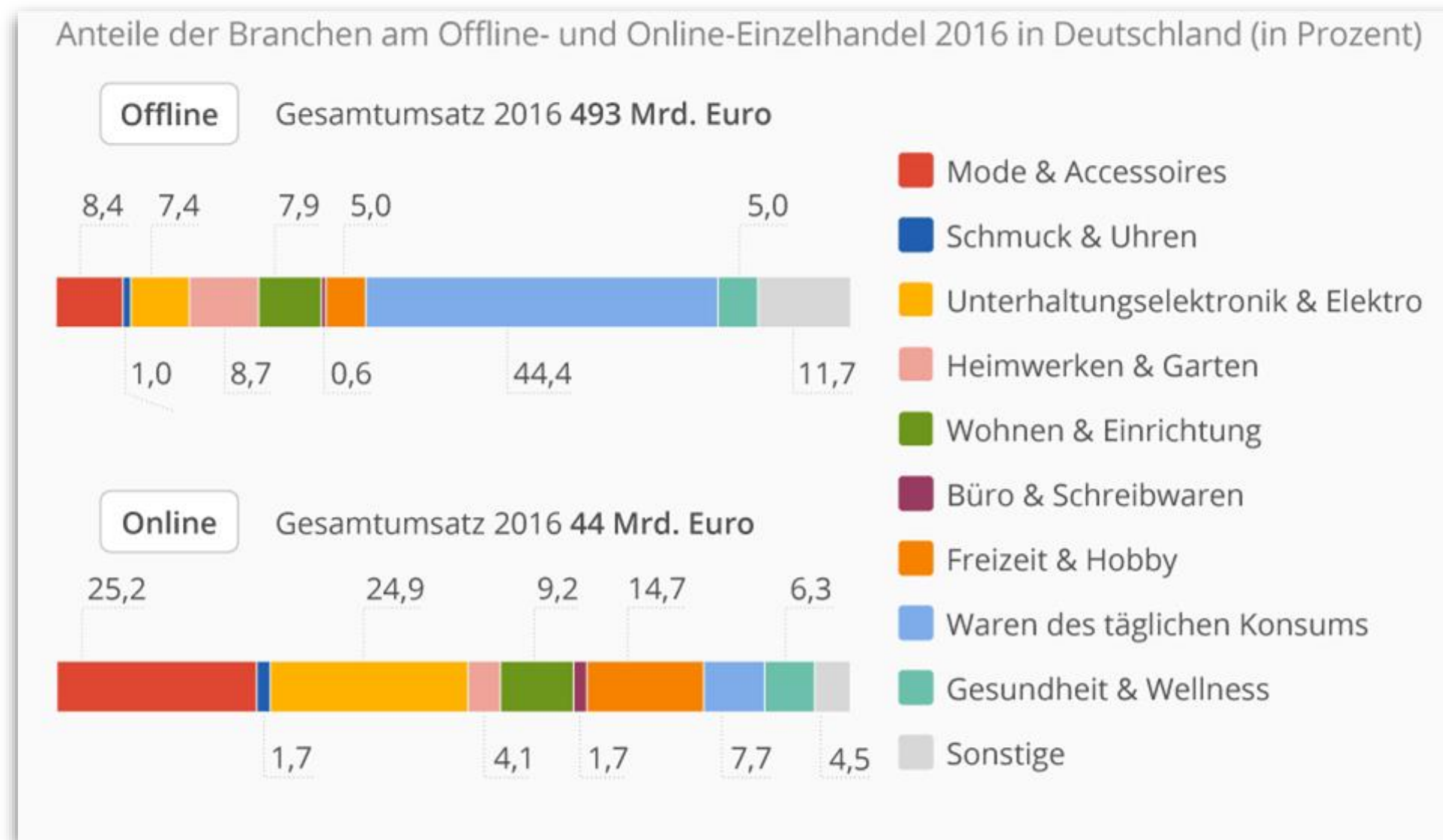
Offline-Präsenzen

Was ist eine Offline-Präsenz

- Offline-Präsenzen beziehen sich auf **strategische Maßnahmen**, die bewusst außerhalb des Online-Bereichs und somit ausschließlich in der physischen Welt, also “offline”, stattfinden.
- Oftmals werden Offline-Präsenzen auch “Offline-Marketing-Strategien” bezeichnet.
- Unternehmen, die auf Offline-Präsenz setzen, erhoffen sich häufig, entweder Nutzer zu erreichen, die keine Internetverbindung nutzen, oder eine breite Masse von Nutzern anzusprechen. Häufig erweisen sich Offline-Präsenzen als eine wirtschaftlich vorteilhafte Alternative zu Online-Präsenzen.

Offline-Präsenzen

Was ist eine Offline-Präsenz - Statistik



Quelle: <https://cdn.statcdn.com/Infographic/images/normal/9485.jpeg>

- Oftmals werden Offline-Präsenzen bzw. der Offline-Einzelhandel sehr unterschätzt
- Obwohl der Offline-Einzelhandel heutzutage immer noch einen großen Anteil vom Umsatz macht

Offline-Präsenzen

Was ist eine Offline-Präsenz - Beispiel



Quelle: <https://www.messebau.de/ratgeber/wp-content/uploads/2020/09/beispiel-eckstand.jpg>

- Wie bereits erwähnt gibt es viele verschiedene Arten von Offline-Präsenzen
- In diesem Beispiel: Messestand
- Die Firma "Gebhardt Stahl" nutzt zwar eine Online-Präsenz, erreicht aber durch ihren Messestand offline spezifische Zielgruppen, die weniger online-affin sind.

2

Offline-Präsenzen Vor- und Nachteile

In Anbetracht der breiten Palette von verfügbaren Offline-Präsenzformen eröffnen sich diverse potenzielle Vorteile, aber gleichzeitig können auch bestimmte Nachteile auftreten. Welche Vor- und Nachteile das sein könnten, erläutern wir auf den folgenden Slides.

Offline-Präsenzen

Vor-/Nachteile - Vorteile



Spezifische Zielgruppen

Offline-Präsenzen ermöglichen die Ansprache von Zielgruppen, die in der Regel weniger effektiv über das Internet erreicht werden können.



Stärkeres Brand-Building

Indem Unternehmen Offline-Präsenzen etablieren, wird die Stärkung ihrer Marke gefördert, da das Vertrauen von bestehenden Kunden und potenziellen Neukunden auf diese Weise intensiviert wird.



Erlebnisorientierter Verkauf

Durch Events, Workshops oder Produktvorführungen vor Ort können Unternehmen den Kunden ein einzigartiges Einkaufserlebnis bieten.

Offline-Präsenzen

Vor-/Nachteile - Vorteile



Problembewältigung & Hilfe

Bei Problemen können Offline-Standorte als Alternative dienen, um dem Kunden zu helfen und so ihre Probleme zu lösen.



Absicherung bei Ausfällen

Ob Kunden Internetprobleme haben oder das Unternehmen von Serverausfällen betroffen ist, solche Situationen können auftreten. In solchen Fällen bieten Offline-Präsenzen eine alternative Möglichkeit, damit Kunden die Dienstleistungen des Unternehmens weiterhin nutzen können.



Zusätzlicher Vertriebskanal

Die Verwendung von Offline-Präsenzen als zusätzliche Vertriebskanäle bietet dem Unternehmen die Möglichkeit, mehr Umsatz zu generieren.

Offline-Präsenzen

Vor-/Nachteile - Nachteile



Höhere Kosten

Die Einrichtung und Pflege von Offline-Präsenzen kann teuer sein, einschließlich Mietkosten, Einrichtung und Personalkosten.



Begrenzte Reichweite

Offline-Präsenzen erreichen nur Kunden, die sich physisch in der Nähe des Standorts befinden, was die potenzielle Kundenzahl im Vergleich zum Online-Bereich einschränken kann.



Begrenzte Messbarkeit

Die Erfolgsmessung von Offline-Präsenzen, wie z. B. die Kundenaktivitäten im Geschäft, kann komplexer sein als die Messung von Online-Aktivitäten.

Offline-Präsenzen

Vor-/Nachteile - Nachteile



Zeitliche **Begrenzung**

Physische Standorte haben begrenzte Öffnungszeiten, was den Zugang der Kunden zu Produkten und Dienstleistungen einschränken kann.



Eingeschränkte **Skalierbarkeit**

Das Skalieren von Offline-Präsenzen erfordert mehr Ressourcen und Zeit im Vergleich zur Skalierung von Online-Plattformen.



Lokale **Abhängigkeit**

Der Erfolg eines physischen Standorts kann stark von den lokalen Marktbedingungen und der Wettbewerbssituation abhängen.

3

Offline-Präsenzen

Beispiele

Offline-Präsenzen

Beispiele - Ladengeschäft



Quelle: https://static.nike.com/a/images/f_auto/92234393-1a90-400a-8491-4e40273435c7/image.jpeg

- Ladengeschäfte sind die bekannteste Form von Offline-Präsenzen
- Gerade Unternehmen wie z.B. "Nike" setzen auf solche Vor-Ort-Geschäfte
- Die Offline-Präsenz ermöglicht es Kunden von Nike, Produkte direkt auszuprobieren, was wiederum die Conversion Rate der entsprechenden Produkte erhöhen kann.

Offline-Präsenzen

Beispiele - Ladengeschäft



Quelle: https://static.nike.com/a/images/f_auto/92234393-1a90-400a-8491-4e40273435c7/image.jpeg

- Allerdings hat das ganze auch Nachteile.
- Ein solches Ladenlokal hat hohe Aufwände, wie z.B. Betriebskosten, Mietgebühren, Personalaufwand usw.
- Zudem gestaltet sich die Skalierung als äußerst schwer, da jeder weitere Standort sorgfältig ausgewählt und optimal vorbereitet werden muss.

Offline-Präsenzen

Beispiele - Messestand/Showroom



Quelle: <https://www.expo24seven.com/wp-content/uploads/2019/05/messestand-die-66-muenchen-dm-drogeriemarkt.jpg>

- Ein Messestand ist ebenfalls eine bekannte Art von Offline-Präsenzen
- Messestände können als Showrooms genutzt werden
- Damit können Kunden die Produkte anfassen, nutzen und so besser kennenlernen
- Was wiederum bewirkt, dass Kunden Vertrauen zur Marke aufbauen

Offline-Präsenzen

Beispiele - Messestand/Showroom



Quelle: <https://www.expo24seven.com/wp-content/uploads/2019/05/messestand-die-66-muenchen-dm-drogeriemarkt.jpg>

- Natürlich sind damit auch Kosten verbunden, da Messestände angemietet werden müssen.
- Und Mitarbeiter vor Ort sein müssen um die Kunden zu betreuen
- Eine Herausforderung besteht darin, dass Messen nicht häufig stattfinden.

Offline-Präsenzen

Beispiele - Plakate/Banner



Quelle: https://www.flyeralarm.com/blog/wp-content/uploads/Flyeralarm_Aussenwerbung_Grossflaeche.jpg

- Plakate bzw. Werbebanner gehören auch zu Offline-Präsenzen
- Unternehmen können damit eine Großzahl von Personen erreichen
- Außerdem sind derartige Werbebanner im Vergleich zu Online-Werbemethoden relativ kostengünstig.

Offline-Präsenzen

Beispiele - Plakate/Banner



Quelle: https://www.flyeralarm.com/blog/wp-content/uploads/Flyeralarm_Aussenwerbung_Grossflaeche.jpg

- Ein potenzieller Nachteil liegt darin, dass die angesprochenen Personen oft nicht zur Zielgruppe gehören.
- Werbebanner sind zwar preiswert, jedoch existiert oft eine erforderliche Mindestlaufzeit für ihre Platzierung.
- Das heißt falls Werbebanner keine zufriedenstellenden Ergebnisse liefern, können sie nicht einfach entfernt werden.

Offline-Präsenzen

Beispiele - Printmedien



Quelle: <https://www.kosmo.at/wp-content/uploads/2018/10/VORLAGE-NEUaa.jpg>

- Per Post versandte Kataloge und Broschüren sind nach wie vor populär und äußerst effektiv - und gelten ebenfalls als Offline-Präsenz.
- Druck und Versand signalisieren, den Verbrauchern, Seriosität.
- In der Regel vertrauen Kunden eher Printwerbung als Online-Werbung.

Offline-Präsenzen

Beispiele - Printmedien



Quelle: <https://www.kosmo.at/wp-content/uploads/2018/10/VORLAGE-NEUaa.jpg>

- Natürlich entstehen hier auch Kosten
- Jüngere Zielgruppen werden oftmals nicht von Printmedien angesprochen
- Des Weiteren erfordern Printmedien höchste Sorgfalt, da Fehler oder Fehldrucke im Nachhinein nicht korrigiert oder rückgängig gemacht werden können.

Offline-Präsenzen

Beispiele - Radiospots



Quelle: <https://www.welt.de/>

- Kaum eine Offline-Präsenz ist so vielseitig wie der Radiospot.
- Lokal oder überregional, gezielte Zielgruppen oder breite Masse, das Radio bietet eine Vielzahl von Optionen für Unternehmen.
- Besonders geeignet für Internetnutzer, die von störenden Online-Werbeanzeigen genervt sind.

Offline-Präsenzen

Beispiele - Radiospots



Quelle: <https://www.welt.de/>

- Häufig sind Radiowerbespots jedoch kostenintensiv und daher oft nur für begrenzte Zeiträume eingesetzt.
- Des Weiteren kommt es häufig vor, dass die gewünschte Zielgruppe nicht erreicht wird, da Radiospots oft eine breite Palette von Zielgruppen ansprechen.

4

Offline-Präsenzen

Welche Kosten auf dich zukommen

Offline-Präsenzen

Welche Kosten auf dich zukommen

- Nun hast du die Vor-/Nachteile und Beispiele von Offline-Präsenzen kennengelernt, aber du solltest dich auch mit den Kosten auseinandersetzen.
- Da die verschiedenen Arten von Offline-Präsenzen auch verschiedene Kostenpunkte haben ist es wichtig das zu bedenken, wenn du dich mit den Kosten auseinandersetzt.
- Auf den nächsten Slides erklären wir dir anhand von Beispielen welche Kosten bei den jeweiligen Offline-Präsenzen auf dich zukommen.

Betriebskosten

Betriebskosten sind **laufende Ausgaben**, die anfallen, um den normalen Betrieb einer Offline-Präsenz aufrechtzuerhalten, wie z.B. Strom, Wasser, Heizung und Reinigung.

01

Mietkosten

Auch im Fall von Offline-Präsenzen können Mietkosten anfallen, wie etwa die monatliche Miete für das Ladengeschäft oder die zeitlich begrenzte Miete für einen Messestand.

03

Fast alle Offline-Präsenzen besitzen ebenfalls sogenannte Einmalkosten, wie z.B. Druckkosten bei Printmedien, Kaution des Ladengeschäfts, Gebühr für die Platzierung von Werbebannern, usw.

Einmalkosten

Bei einigen Offline-Präsenzen wirst du auch um Personalkosten nicht herumkommen. Insbesondere bei Ladengeschäften können hohe Personalkosten auf dich zukommen.

Personalkosten

Abgaben

Weniger häufig anzutreffen, aber dennoch möglich:
Abgaben. Einige Anbieter von Radiospots verlangen
beispielsweise einen prozentualen Anteil an den Verkäufen.

5

Offline-Präsenzen

Entscheidung treffen - Offline-Präsenzen

Um dir die **Entscheidung** für oder gegen Offline-Präsenzen für dein Unternehmen zu erleichtern, haben wir einige relevante Aspekte zusammengestellt, die dir bei deiner Wahl hilfreich sein können.

Offline-Präsenzen

Entscheidung treffen - Offline-Präsenzen

01

Erlebnisorientiert

- | Offline-Präsenzen ermöglichen oftmals andere Möglichkeiten
- | Dadurch können z.B. Kunden das Produkt vor Ort austesten
- | Hat oftmals einen positiven Einfluss auf die Conversion Rate



Offline-Präsenzen

Entscheidung treffen - Offline-Präsenzen

02

Produkt

- | Sind deine Produkte digitaler Natur?
- | Bietet sich eine Offline-Präsentation überhaupt an?
- | Gibt es bei deinen Produkten signifikante Unterschiede in der Online- und Offline-Darstellung?

Offline-Präsenzen

Entscheidung treffen - Offline-Präsenzen



03

Präsenz & Seriosität

- | Offline-Präsenzen ermöglichen es dir noch präsenter zu wirken.
 - | Kunden können dadurch öfter mit dir in Kontakt treten
- 

Offline-Präsenzen

Entscheidung treffen - Offline-Präsenzen



04

Messbarkeit

- | Messbarkeit von Offline-Präsenzen ist oftmals nicht möglich.
 - | Online kann man viel mehr und viel besser messen.
- 

Abhängig von deinen Entscheidungen in Bezug auf diese verschiedenen Aspekte kannst du eine Vorstellung davon entwickeln, in welche Richtung deine Präferenzen gehen und ob du dich letztendlich **für oder gegen Offline-Präsenzen** entscheidest.

Offline-Präsenzen

Zusammenfassung



Offline-Präsenzen können deinem Unternehmen zahlreiche Vorteile bieten, bringen jedoch potenziell hohe Kosten und teilweise hohe Aufwände mit sich. Daher empfiehlt es sich, dieses Thema gründlich zu durchdenken, bevor du eine Entscheidung dafür oder dagegen triffst.

6

Offline-Präsenzen Aufgaben