

Werbung für S-OnlineKredit

1 Online-Werbung im General-Anzeiger Online

- 1.1 [Rubriken mit hohen PageImpressions](#)
- 1.2 [Thematisch nahe Online-Rubriken](#)
- 1.3 [Ideen für Werbeformen](#)

2 Anzeigen-Werbung im General-Anzeiger Online

- 2.1 [Werbeanzeigen](#)
- 2.2 [Erkläranzeigen](#)

3 Regionale Händler als Partner gewinnen

- 3.1 [Online-Werbung](#)
- 3.2 [Partner-Promotion](#)

1 Online-Werbung im General-Anzeiger Online

1.1 Rubriken mit hohen PageImpressions

- News (hier besonders Regio-Ticker, evtl. Brennpunkte und Panorama)
- Sport (hier besonders Regio-Ticker und Fußball)
- Kultur (hier besonders Kino)
- Wetter (hier besonders Bonn-Vorschau und Trend)
- Freizeit (hier besonders Termine)
- Stadtplan (bis jetzt komplett gesponsert von VOBA-World – vielleicht Wechsel, da sehr hohe Pis)
- Der schlaue Bonni (hier gibt es einen einzelnen Bannerplatz – evtl. exklusives Sponsoring?)
- Sub-Seite Telekom-Baskets (besonders interessante Zielgruppe, hohe Pis)

1.2 Thematisch nahe Online-Rubriken

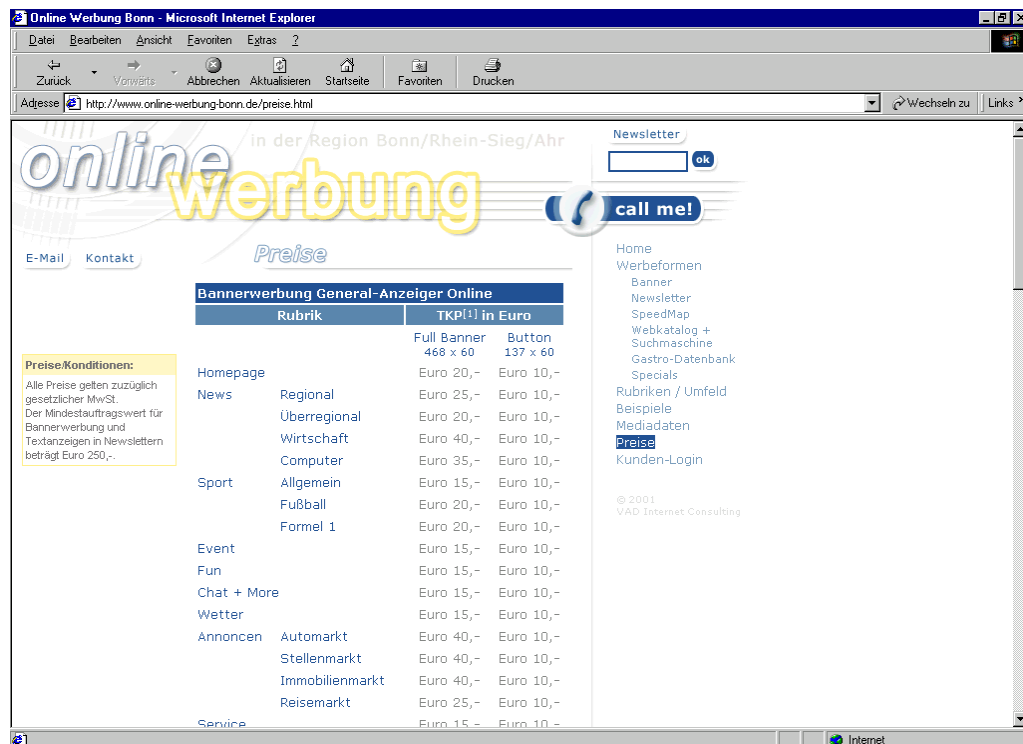
- Wirtschaft (hier besonders Regio-Ticker und Börse)
- Annoncen (hier besonders Immobilien, KFZ, Reise und Service)

1.3 Ideen für Werbeformen

- Banner (siehe Power-Point-Visualisierungen):
 - Standard-Rahmen-Banner für Sparkasse Bonn, in der zwei oder drei Text-Frames von der SPK Bonn selbst austauschbar sind, realisierbar als:
 - offene Fireworksdatei
 - Flash-Banner mit editierbarem Textfile
 - Banner mit Anschaffungswünschen (Auto, Möbel, Hochzeit usw.) in echtem Pull-Down-Menü zum Auswählen
 - Banner mit Prämien für Weiterempfehlung des Online-Kredits im Pull-Down-Menü zum Auswählen
 - Popups:
 - Popup-Ad mit verkürztem Kredit-Rechner
 - Popup mit Vergleich Bankkredit – Händlerkredit (Muster post-bank.de) >> geeignet vor allen Dingen für Auto-Anzeigenmarkt
 - Rubriken-Einbindung (siehe Power-Point-Visualisierungen):
 - Einbindung der animierten Beraterin und des Bots (mit FAQs und
-

- Frage-Freitext-Eingabe
 - mit verkürztem Kreditrechner
 - Button-Vergleich Bankkredit-Händlerkredit
 - PDM mit Anschaffungswünschen
 - PDM mit Prämien für Weiterempfehlung
 - PDM mit verschiedenen Kredithöhen
- MicroSites oder LandingPages (siehe Power-Point-Visualisierungen):
 - Sub-Seiten (evtl. im Anzeigenmarkt) mit Tipps zum Autokauf, Urlaub oder Einrichtung wie in:
 - www.easycredit.de/ideen_auto.jsp
 - www.easycredit.de/ideen_urlaub.jsp
 - www.easycredit.de/ideen_einrichtung.jsp

Standardpreise und Informationen zu finden unter online-werbung-bonn.de



The screenshot shows a web browser window displaying the website 'online-werbung-bonn.de'. The page features a navigation menu, a 'call me!' button, and a table titled 'Bannerwerbung General-Anzeiger Online'. The table lists various advertising categories and their corresponding prices in Euro for two different ad sizes: 468 x 60 and 137 x 60. A sidebar on the left contains 'Preise/Konditionen' information, and a sidebar on the right lists site navigation options.

Bannerwerbung General-Anzeiger Online		TKP[!] in Euro	
Rubrik		468 x 60	137 x 60
Homepage		Euro 20,-	Euro 10,-
News	Regional	Euro 25,-	Euro 10,-
	Überregional	Euro 20,-	Euro 10,-
	Wirtschaft	Euro 40,-	Euro 10,-
Sport	Computer	Euro 35,-	Euro 10,-
	Allgemein	Euro 15,-	Euro 10,-
	Fußball	Euro 20,-	Euro 10,-
	Formel 1	Euro 20,-	Euro 10,-
Event		Euro 15,-	Euro 10,-
Fun		Euro 15,-	Euro 10,-
Chat + More		Euro 15,-	Euro 10,-
Wetter		Euro 15,-	Euro 10,-
Annoncen	Automarkt	Euro 40,-	Euro 10,-
	Stellenmarkt	Euro 40,-	Euro 10,-
	Immobilienmarkt	Euro 40,-	Euro 10,-
	Reisemarkt	Euro 25,-	Euro 10,-
Service		Euro 15,-	Euro 10,-

2 Anzeigen-Werbung im General-Anzeiger Online

2.1 Werbeanzeigen

Einführende Anzeigen mit emotionalem Mood-Motiv (Kfz, Möbel, Hifi, Reise) und einer Kernmessage à la „Wir finanzieren Ihre Wünsche. garantiert. gut. günstig.“
Mittleres Anzeigenformat. Wichtiger als die Größe ist ein knackiges Bildmotiv, die prominente Einbindung des günstigen Zinssatzes und die relativ hohe Schaltfrequenz. Ziel: Neugierig machen, emotional positiv aufladen, Markenbekanntheit steigern.

2.2 Erkläranzeigen

Anzeigen mit hohem Erkläranteil und Screenshots vom •OnlineKredit. Relativ großes Anzeigenformat notwendig, da die Erklärtexte und Screens relativ viel Platz benötigen. Nicht so hohe Schaltfrequenz. Lediglich einige Male mit etwas Abstand schalten. Ziel: Schaffen von Transparenz und Seriösität. Ängste nehmen und zum Ausprobieren anregen. Durch genaue Handlungsanweisungen evtl. Scheu vor der Bedienung nehmen.

3 Regionale Händler als Partner gewinnen

3.1 Online-Werbung

Schalten von Bannern oder Links in regionalen Online-Angeboten wie:

- www.annonce-online.de/
 - ebay – Regionalseiten
 - www.meinestadt.de > Region Bonn
-

3.2 Partner-Promotion

Recherche von potentiell interessierten regionalen Händlern als Partner. Nach der Priorität der Anlässe, für die die Kunden laut Marktforschung Ratenkredite aufnehmen: (Gebrauchte) Kfz, Möbel, Hifi / EDV, Reisen wie z.B.:

- Gebrauchtwagenhändler
- Gebrauch-Motorrad-Händler
- Gebrauch-Camping-/Wohnmobil-Händler
- Händler für Markisen, Zelte (Zelte Weber)
- Möbelhändler (Möbel Hausmann, Möbel Graff, Möbel Mambo)
- Elektrowaren-Händler (Breidenbach, Hifi Linzbach)
- Musikinstrumente-Händler (Tonger, Klavierhäuser wie Klavins)
- regionale Reisebüros (Reisebüro in der Südstadt)

Vereinbarungen mit den Händlern treffen über:

- Banner und Links auf Händler-Homepage
 - Werbeflyer in Geschäftsräumen
 - aktive Bewerbung durch Kundenberater
 - Schaffen evtl. Provisionsanreize
-

- Cross-Promotion
-