



# Führungswerkstatt «GUERILLA-MARKETING FÜR KMU»

*Dr. Rico Travella, 5. Juni 2007, 17.45 - 18.45 Uhr  
one marketing services*

# Was ist Guerilla-Marketing?

**Motto:** grosse Ideen,  
kleine(re) Budgets

- unkonventionell
- überraschend
- mutig, «frech»
- direkt
- und: durchdacht



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Agenda

1. Wie sieht Guerilla-Marketing aus?
2. Wie gewinnt David gegen Goliath?
3. Wie kämpft ein Guerilla-Marketer?
4. Was sind geeignete Strategien?
5. Wie wird man Guerilla-Marketer?



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie sieht Guerilla-Marketing aus?



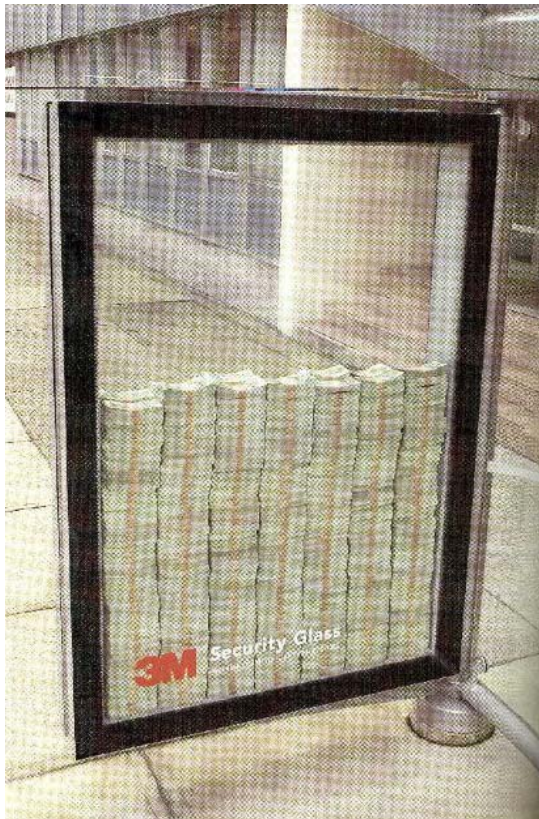
**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie sieht Guerilla-Marketing aus?



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie sieht Guerilla-Marketing aus?



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie sieht Guerilla-Marketing aus?



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie sieht Guerilla-Marketing aus?



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie sieht Guerilla-Marketing aus?



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie sieht Guerilla-Marketing aus?



«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007

# Wie sieht Guerilla-Marketing aus?



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie sieht Guerilla-Marketing aus?



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie sieht Guerilla-Marketing aus?

- Kundennutzen wird visualisiert (Virgin, Cellulite)
- Klassische Kommunikationskanäle werden auf neue Art genutzt (3M)
- Neue unkonventionelle Kommunikationskanäle werden erschlossen (Spiderman, CSI)
- Zeitlich begrenzte Aktivitäten werden für nachhaltigen PR-Effekt genutzt (Adidas, McDo)



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie gewinnt David gegen Goliath?

- KMU setzen Guerilla-Marketing **konsequent** ein, für grosse Unternehmen ist es punktuelle Ergänzung.
- Erfolgreiche KMU haben nicht nur Guerilla-Waffen, sondern durchdachte **Guerilla-Strategien**.
- Für KMU ist Guerilla-Marketing oft nicht «nice to have» sondern **«need to do»**.
- Ein «David» nutzt Guerilla-Marketing, **um in Märkte einzudringen**, die von «Goliaths» besetzt sind.



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie gewinnt David gegen Goliath?

## Beispiel 1: Automobil-Industrie

- **Ausgangslage:** Besetzt von grossen, internationalen Konzernen mit traditionellem Marketing:
  - **Product:** Für alle etwas
  - **Price:** Finanzierung, Rabatte, Aktionen
  - **Promotion:** klassische Imagewerbung, gr. Budgets
  - **Place:** Dichtes und teures Vertriebsnetz



: Für einen kleinen Newcomer unerreichbar  
**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie gewinnt David gegen Goliath?

oder doch?

aber wie?

- Vision, Mut
- Konsequente Ausrichtung auf kleine Zielgruppe
- Multiplikator
- Beharrlichkeit



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie gewinnt David gegen Goliath?

Beispiel 2: Konsumgüter, z.B. Getränke

- **Ausgangslage:** Besetzt von grossen, internationalen Konzernen mit traditionellem Marketing:
  - **Product:** (breite) Produktpalette
  - **Price:** Preiskampf, Rabatte
  - **Promotion:** klassische Imagewerbung, gr. Budgets
  - **Place:** Dichtes und weltweites Mikro-Vertriebsnetz



: Für einen kleinen Newcomer unerreichbar  
**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie gewinnt David gegen Goliath?

oder doch?

aber wie?

- Kontrollierter Skandal
- Szenenmarketing
- Unkonventionelle Events und Werbung



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie gewinnt David gegen Goliath?

Zur Anzeige wird der QuickTime™  
Dekompressor „Cinepak“  
benötigt.



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

- Er nutzt sich als Unternehmer als wichtigste Waffe.
  - Bsp. Bilog
- Er fokussiert (je kleiner die Zielgruppe desto besser)
  - Bsp. Orbium (IT-Integrator): Nur für Banken
- Er durchbricht die Spielregeln einer Branche.
  - Bsp. Easy-Jet



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

- Er nutzt neue Technologien und adaptiert neue Entwicklungen und Trends (besser als andere)
  - CRM
  - Viral Marketing
  - Google Adwords
  - Blogs
  - Second Life



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

Bsp. CRM

- Informationen, Daten, Wissen
- Investition, die sich auszahlt  
(Kundendaten, Profile sind bares Geld)
- steigert Effektivität
- verbessert Effizienz
- Wissen liegt auf der Strasse



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

Bsp. Viral Marketing

- kostengünstig
- Web-/E-Mail-basiert
- verbreitet sich unkontrolliert (wie ein Virus...)  
Zur Anzeige wird der QuickTime  
Dekompressor „Cinepak“  
benötigt.
- „steckt viele an“



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

Bsp. Google Adwords

- exakt steuerbar
- einfach
- flexibel
- schnell
- kostengünstig
- für jedes Budget



Google Web Bilder Groups News Mehr »

Rechtsanwalt zürich

Suche:  Suchen [Erweiterte Suche](#) [Einstellungen](#)

Suche: ☐ Das Web ☐ Seiten auf Deutsch ☒ Seiten aus der Schweiz

Anmelden

---

**Web** Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 558'000 für **Rechtsanwalt zürich**. (0.17 Sekunden)

|                                                                                                                                                                                                                                            |          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <a href="#">Anwaltskanzlei Schwarz</a><br><a href="http://www.anwaltskanzlei-schwarz.ch">www.anwaltskanzlei-schwarz.ch</a> Rechtsanwalt in Zürich für Unternehmen und Privatpersonen.                                                      | Anzeigen |
| <a href="#">Rechtsanwalt</a><br><a href="http://www.alpha.ch">www.alpha.ch</a> Täglich neue Kaderstellen im für Consulting & Recht bei ALPHA.CH                                                                                            | Anzeigen |
| <a href="#">Kanzlei   Home</a><br>Kanzlei. Der Club am Helvetiaplatz in Zürich.<br><a href="http://www.kanzlei.ch/">www.kanzlei.ch/</a> - 5k - 3. Juni 2007 - <a href="#">Im Cache</a> - <a href="#">Ähnliche Seiten</a>                   |          |
| <a href="#">Advokaturbüro Maurer &amp; Stäger. Zürich - Anwalt</a><br>Suchbegriffe: <b>Rechtsanwalt</b> Anwalt <b>Zürich</b> Schweiz, Erbrecht, Stiftung, Vereins- und Stiftungsrecht, Testament, Vertragsrecht, Konkurs, Umweltrecht, ... |          |
| <a href="#">Online-Anwalt</a><br>Lösung in 48 Std. Für 150 Franken. Experten-Team aus 14 Fach-Anwälten.<br><a href="http://Rechtsberatung.weka.ch">Rechtsberatung.weka.ch</a>                                                              |          |
| <a href="#">Ihr Anwalt in Zürich</a><br>meldet sich auf Ihre Anfrage. Einfach, anonym und kostenlos!<br><a href="http://www.AdvoFinder.ch">www.AdvoFinder.ch</a>                                                                           |          |
| <a href="#">Die gelben Seiten</a><br>Bei uns finden Sie, was Sie suchen. Alle Branchen online!<br><a href="http://www.gelbesseiten.ch">www.gelbesseiten.ch</a>                                                                             |          |

«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

Bsp. Blogs

- interaktiv
- meinungsbildend
- günstig
- Know-how-Beweis

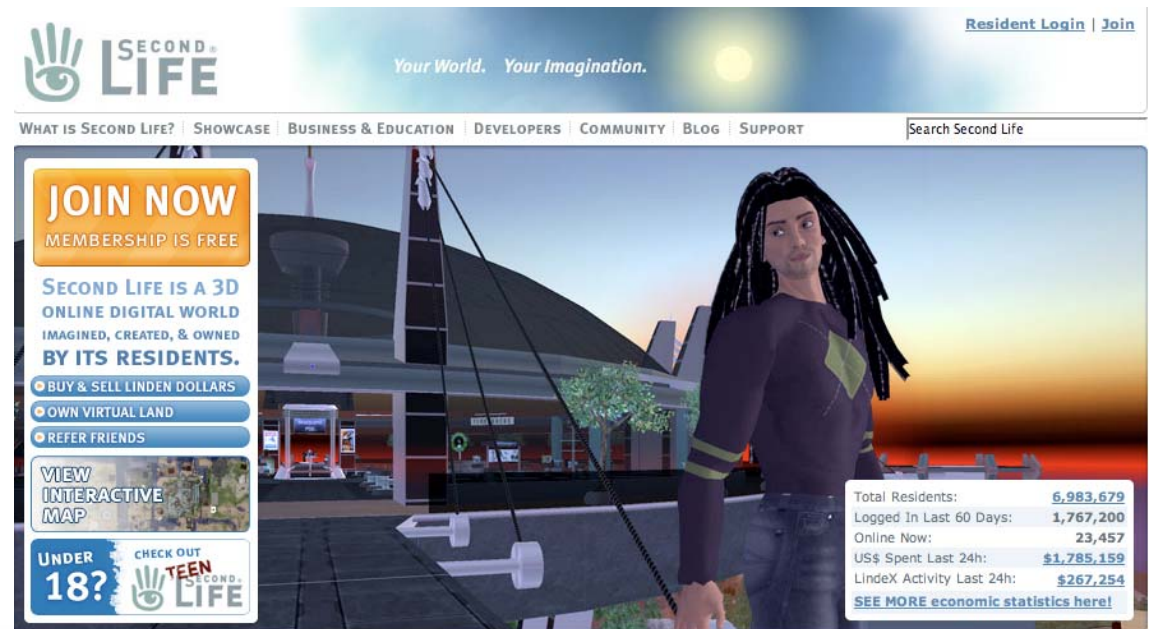


**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

## Second life

- Experimentierfeld
- Verwischung reale - virtuelle Welt
- „hip“
- spielerisch
- günstig



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

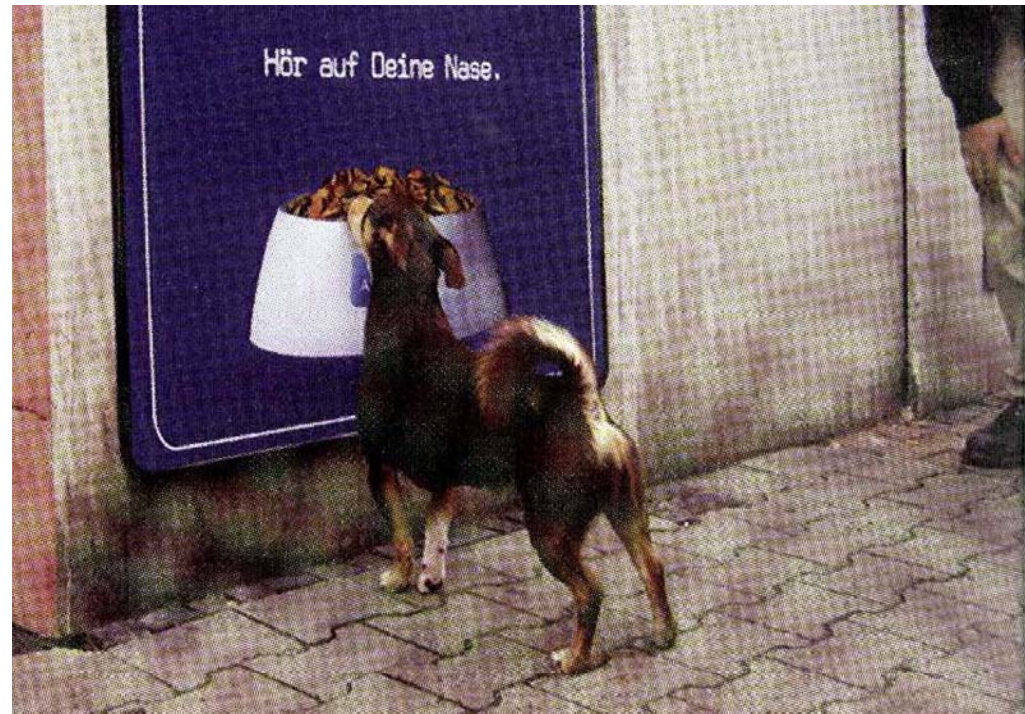
- Er liebt seine Kunden – wirklich!
- Er nutzt konventionelle Instrumente unkonventionell:
  - Inserate ja, klassische Form Adieu!  
Bsp. rundes Inserat im Text (20 Minuten)



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

- Plakate ja, aber zielgruppengerecht.



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

- Er setzt unkonventionelle Instrumente & Kanäle ein:
  - Cross-Selling mit Kooperationspartnern:  
Bsp. Black-Socks
  - Ambient-Marketing  
Bsp. 1: Nivea-Duschkabinen am Stadtlauf GP Bern  
Bsp. 2: Car-Wash – Tel.Nr. auf schmutzigen Autos
  - „Spiele“  
Bsp. Moorhuhn-Jagd (als Werbespiel für die schottische Whisky-Marke Johnnie Walker entwickelt)



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

- Er setzt unkonventionelle Instrumente & Kanäle ein:
  - Communities:  
Bsp. youtube
  - Couponing  
get2card.de



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

- Er weiss, wie man medienwirksame PR macht (1/2):
  - **Kontrollierter Skandal**  
Bsp. 1 Red Bull  
Bsp. 2 Organ-Spende-Show in NL
  - **Temporäre Geschäfte an ungewohnten Standorten**  
Bsp. Guerilla-Store während der Art Basel (Modelabel „Comme des Garçons“)
  - **Zusammenarbeit mit den Medien als Content-Lieferant**  
Bsp. Tyler Brulé bei NZZ am Sonntag



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

- Er weiss, wie man medienwirksame PR macht (2/2):
  - Trittbrettfahren bei anderen Events  
Bsp. Merchandising-Strassenverkäufer bei  
Champions-League-Spielen



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie kämpft ein Guerilla Marketer?

- Er kommuniziert integriert, vermeidet Medienbrüche.
- Er kommuniziert, wenn immer möglich, 1:1.
- Er macht Dialog-Marketing richtig:
  - Dringlichkeit: Zeitlich begrenztes Angebot.
  - Einfach verständliches Angebot.
  - Passend zur Zielgruppe
  - Bequeme Response-Möglichkeit



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Was sind geeignete Strategien?



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Was sind geeignete Strategien?

- Märkte werden immer dynamischer. Laufend entstehen neue Marketinginstrumente und -technologien.
  - **These 1:** Planung und Strategie sind schon überholt, bevor sie formuliert sind.
  - **These 2:** Nur wer plant und einen klaren Weg verfolgt, gewinnt im Marketing-Dschungel



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Was sind geeignete Strategien?

- Nischenstrategie
- Substitutions-Strategie
- Trittbrettfahrer-Strategie
- Abschreckungsstrategie



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Was sind geeignete Strategien?

- Nischenstrategie
  - deutlich differenzierte Produkte
  - überschaubare Nische, evtl. Nische schaffen: Nur so klein, dass man sie verteidigen kann.
  - bedingt: nachhaltigen Wettbewerbsvorteil



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Was sind geeignete Strategien?

- Substitutionsstrategie
  - Mit (leicht) differenzierten Produkten die Produkte der Konkurrenz ersetzen
  - Funktioniert, wenn Kampf für Etablierte zu teuer wird.
  - Meist bei kleinem Marktanteil möglich



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Was sind geeignete Strategien?

- Trittbrettfahrer-Strategie
  - Identische Produkte wie der Marktführer
  - Marktführer verzichtet auf eine heftige Reaktion, weil diese teurer wäre als der Verlust kleiner Marktanteile.



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Was sind geeignete Strategien?

- Abschreckungsstrategie
  - Kommt zum Einsatz, wenn heftige Reaktionen von Mitbewerbern zu erwarten ist.
  - Glaubhaft machen, dass man im Markt bleiben will: durch Investitionen, strategische Partnerschaften, «Bluff»
  - Ziel: Kampf für grösseren Mitbewerber kostspielig machen.



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie wird man Guerilla-Marketer?

- **N.B.** Es gibt kein Allgemein-Rezept im Marketing und erst recht nicht für Guerilla-Marketing.
- **Aber:** Es lässt sich ein Vorgehen definieren, mit dem man sich zum Guerilla-Marketer entwickeln kann.



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie wird man Guerilla-Marketer?

- Schritt 1: Eigene «Ressourcen» systematisch auf Ihr Guerilla-Potenzial analysieren.
- Schritt 2: Spielregeln des Marktes und Instrumente, Vorgehensweisen der «Player» kritisch hinterfragen.
- Schritt 3: «Contra-Strategie» als Denkraum entwickeln («was, wenn wir alles anders machen»).
- Schritt 4: «Situatives Guerilla-Instrumentarium» zusammenstellen.



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Wie wird man Guerilla-Marketer?

- Schritt 5: «Guerilla-Marketing leben», d.h. konsequent, beharrlich und flexibel das Guerilla-Instrumentarium einsetzen UND laufend ausbauen, optimieren.
- Das Wichtigste zuletzt: Philosophie verinnerlichen.

«Wenn Du glaubst Du bist zu klein, um etwas zu bewirken, dann hast Du noch nie eine Nacht mit einem Moskito im Zimmer verbracht.»

Anita Roddick, Gründerin von Body Shop



**«GUERILLA-MARKETING FÜR KMU» AM 5.6.2007**

# Danke für Ihre Aufmerksamkeit...

- und Ihre Fragen und Erfahrungsberichte!



**«mehr PS für Ihr Unternehmen»**