

Verschenke Dich zum Valentinstag!

Werbeaktionen im Fotostudio, Fotohandel und für Fotografen

Autoren: Anne Freese, Daniel Renatus
01-2012

Valentinstag

Der Valentinstag gilt als Geschenk Anlass um seinem Lebenspartner auf romantische Weise Zuneigung und Verbundenheit auszudrücken. Der Valentinstag als Geschenk Anlass ist gesellschaftlich akzeptiert und gilt gewissermaßen als „Feiertag der Verliebten“. Jedoch ist das Geschenkbudget eher gering bis mittelpreisig und wird im Regelfall in Blumen, Parfum, Schmuckanhänger oder Restaurantbesuche investiert. Für die Fotografie ergeben sich dennoch überproportionale Partizipationschancen, da es sich bei der beschenkten Zielgruppe um die Kernzielgruppe klassischer Portraitstudios handelt: Frauen im Alter zwischen 16 und 49 Jahren.

Analysierte Unternehmen

Die XXLPIX Fachberatung analysiert regelmäßig die Kommunikation von über 2500 Fotostudios und Fotofachhändler in Deutschland und Österreich. Die überwiegende Mehrheit der in dieser Studie untersuchten Fotostudios (95 %) kommuniziert keine speziellen Aktionen zum Valentinstag. Lediglich 5 % dieser Unternehmen bieten Ihren Kunden besondere Angebote zum Valentinstag an.

Zeitpunkt

Kaufentscheidungen werden immer kurzfristiger getroffen, wobei attraktive Angebote berücksichtigt werden. Ist das Verkaufsziel das „Fotoshooting für Valentinstag“ erfordert dies eine rechtzeitige und klare Kommunikation in die relevante Zielgruppe. Da diese jedoch eher kurzfristig aufmerksam für dieses Thema wird, verkürzt sich der Aktionszeitraum bei einem Fotoshooting für Valentinstag auf wenige Tage.

Der Aktionszeitraum nach dem 14. bietet mehr Umsatzchancen



Höheres Erlöspotential bietet folglich eine Vor-Valentinstags-Aktion, die einen Aktionszeitraum nach Valentinstag anpreist. So kann der Kunde anlassbezogen relevante Geschenke kaufen, deren Realisation oder Einlösung anschließend ohne Zeitdruck erfolgen kann. Der Gutschein ist die unverbindlichere Variante eines solchen Verkaufs. Sinnvoller ist der Verkauf des konkreten Shootings mit der Möglichkeit für den oder die Beschenkte sich einen individuellen Termin anschließend zu sichern. Die Kommunikation eines Aktionszeitraumes ist dennoch wichtig, da es zum einen den Gelegenheitscharakter der Aktion unterstreicht und den Handlungsdruck erhöht.

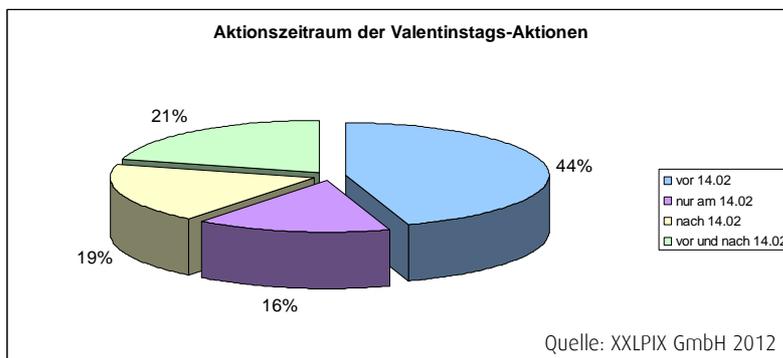


Abb: 60 % der Werbetreibenden konzentrieren sich auf den Zeitraum vor und am Valentinstag und verschenken so das meiste Potential

Zielgruppen Ansprache

Die Unternehmen versuchen durch Ihre Werbung zwei Zielgruppen anzusprechen:

1. Den „Shooting-Verschenker“. Das Fotoshooting soll als Event an den Partner verschenkt werden. (Shooting findet nach Valentinstag statt)

Der Kunde dieser Geschenk-Variante ist in der Regel eher männlich. Allerdings kann die Werbung als Sekundärziel Kundinnen sympathisch dazu auffordern, den Partner auf Ihren Wunsch und das Valentinstagsangebot aufmerksam zu machen. („Geben Sie Ihren Liebsten doch mal einen diskreten Tipp – Das Valentins-Shooting – Begeistert deutlich länger als ein Blumenstrauß“)

2. Den „Foto-Schenker“. Das Foto-Shooting findet vor dem Valentinstag statt. Der Kunde verschenkt ein besonders gelungenes Foto des Shootings z.B. als Poster oder Leinwand zum Valentinstag.

Der Kunde dieser Geschenk-Variante ist in der Regel eher weiblich. Eine gezielte Werbung, um Fotogeschenke zu empfehlen wird häufig von Fotostudios kommuniziert.

Alternativ kann die Kundin auch werblich direkt angesprochen werden: „Machen Sie sich selbst das schönste Geschenk zum Valentinstag“.

Welche Shootings werden angeboten?

Wenig überraschend bieten die untersuchten Dienstleister entweder Paar-, Akt- oder Stylingshootings an. Will man die Relevanz in der Zielgruppe erhöhen, erreicht man dies durch eine weitere Zielgruppenspezialisierung. Beispielsweise mit einem „Sonderrabatt für Verlobte“. Das Shooting kann überdies gleichzeitig als perfektes Vorgespräch für Hochzeitsfotos genutzt werden.

Angebot zum Valentinstag
„Be my Valentine“ und bucht für den Tag der Liebe ein
Paarshooting / Engagement Shooting
zum Valentinstag zum Angebotspreis von 89 Euro!
Oder verschenkt doch einen Gutschein für ein Paarshooting.
Dieses Angebot ist ab sofort gültig bis einschließlich 14. Februar 2012.

Abb: Fotostudio Rademacher: Der „Extrarabatt für Verlobte“ spezifiziert die Zielgruppe und erhöht die Relevanz

Welche Produkte werden angeboten?

Die Mehrheit der Anbieter verbinden das Valentins-Foto-Shooting mit standard Fotoprodukten. Eine interessante Lösung, die einen langfristigen Mehrwert für den Kunden bietet, ist der aus dem Shooting resultierende Fotokalender. Er verlängert die Wirksamkeit

des Geschenks auf ein ganzes Jahr.

Schafft es der Fotograf, dieses Shooting beim Kunden als jährliches Event zu etablieren, gewinnt er Stammkunden im Hochpreissegment. Die Schwierigkeit: 12 Bilder aus einem Fotoshooting führen zu einer für viele potentielle Kunden grenzwertigen Preislage der Aktion.

Special-Angebot Januar 2010
- gültig vom 01.01.2011 bis 31.01.2011 -
Erotisches Fotoshooting zum Valentinstag
Überraschen Sie Ihren Liebsten doch in diesem Jahr zum Valentinstag mit etwas ganz Besonderem ...
Paket 1
• 1,5 h Fotoshooting im Studio in Nassau
• inkl. 12 hochwertige Abzüge im Format 13 x 18 cm
(Auswahl erfolgt aus allen Aufnahmen über eine private Galerie)
• inkl. Beauty-Retusche aller ausgewählter Aufnahmen
Paketpreis: 90,- €
Paket 2
• 1,5 h Fotoshooting im Studio in Nassau
• inkl. DVD-Wandkalender mit den 13 besten Aufnahmen
(Auswahl erfolgt aus allen Aufnahmen über eine private Galerie)
• inkl. Beauty-Retusche aller ausgewählter Aufnahmen
• inkl. die 13 ausgewählten Aufnahmen hochauflösend zur freien Verwendung auf einer Foto-CD in farbig, s/w und sepia
Paketpreis: 115,- €

Abb: Andrea Gomoll Design: Der Fotokalender als exklusives Resultat eines Valentins-Shootings kann eine dauerhafte Kundenbeziehung begründen

Kooperation - Einbindung von Sekundär-Medien

Häufig verfügen Fotostudios und Fotofachhändler nicht über weitreichende Kommunikationsverteiler, um eine Aktion wirkungsvoll und großflächig zu kommunizieren. Aber gerade für den Valentinstag

eignet sich die Ansprache auf der eigenen Facebookseite – im Idealfall enthält diese Kommunikation einen Bonus als zusätzliche Motivation für den Kunden (kleiner Rabattgutschein oder kostenloses Extrafoto). Denn hier trifft man eine Valentinstags-relevante Zielgruppe.



Abb: Photographie Yvonne Ploenes: Gelungenes Social-Media-Marketing – Rede auf Facebook darüber und Du wirst belohnt.

Für Unternehmen die nicht im Bereich Social-Media aktiv sind, gibt es einen klar favorisierten Kooperationspartner. Arbeiten Sie mit dem lokalen Blumenhandel zusammen und machen Sie dort auf Ihre Shooting-Angebote und Geschenkideen zum Valentinstag aufmerksam.

Abverkauf

Durch die sehr kurze Relevanz des Aktionszeitraums bietet sich die Arbeit mit Gutscheinen an. Diese sollten sowohl lokal im Fotostudio erworben als auch direkt über das Internet gekauft werden können. Wenn Sie Fotoshootings direkt online verkaufen, vergessen Sie nicht, ein spezielles Valentins-Fotoshooting anzubieten und es als solches zu kennzeichnen. Dies erhöht die Trefferquote bei der Geschenkrecherche im Internet und Sie werden von Google als relevanter, aktueller Anbieter bevorzugt gelistet.

Preis

Der ausgewiesene Preis eines Valentinstags-Angebots lag bei den untersuchten Unternehmen im Schnitt bei ca. 80 Euro (exakter Wert 79,88 Euro). In der Preisspanne lag zwischen 25 und 250 Euro. Fast 50 % der untersuchten Angebote bewegen sich im Preisspektrum unter 40 Euro.

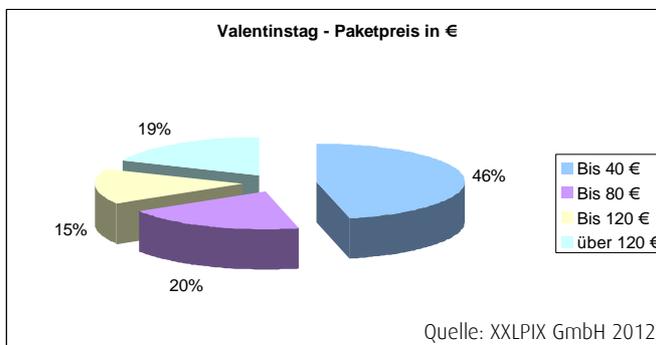


Abb: Niedrige Einstiegspreise werden im Markt favorisiert

Headlines aus Recherche (Auszug)

- „Be my Valentine“
- „Valentinstag – für den Liebsten nur das Beste“
- „Be my Valentine – Shooting Day“
- „Valentins-Paar“
- „Erotisches Fotoshooting zum Valentinstag“
- „Unser Geschenk zum Valentinstag“
- „Dein schönstes Kussfoto“
- „Verschenke Dich zum Valentinstag“

Angebotsbeispiele aus Recherche

- Paarshooting: 2 Fotos 13 x 18 + 4 Miniportraits für Geldbörse 35 Euro
- Akt- oder Paarshooting: Fotoserie 3 Bilder 13 x 18 für 59 Euro
- Aktshooting: 1 Stunde, 2 bearbeitete Abzüge, Komplett-CD 111 Euro
- Styleshooting: Styling, 1 h, 2 Prints 13 x 18, 5 bearbeitete Bilder, Komplett-CD 250 Euro

Genannte positiver Beispiele:

- http://andrea-gomoll.de/GomollDesign_Blog/GomollDesign/
- <http://www.yvonneploenes.de/>
- <http://www.patricia-rademacher.de>

© XXLPIX GmbH 2012