



## KOMMUNIKATIONSMAßNAHMEN.

### GUERRILLA.

Weiterhin wird zur **Steigerung des Bekanntheitsgrades** des KIN eine Guerilla-Maßnahme angewendet, die auch zum Direktmarketing genutzt werden kann.

Es werden **Bierdeckel** mit dem KIN-Logo gebrandet, das zum Zeitpunkt vor der Markteinführung noch **keinen ungestützten Wiedererkennungswert** haben wird. Diese Bierdeckel werden in Bars, Clubs, auf Messen und überall sonst, wo sich die Zielgruppe aufhält, ausgelegt.

Die Bierdeckel werden jedoch zuvor mit provokanten Sprüchen versehen, die auf den **USP** (Socialising) des KIN anspielen.

Zum Beispiel: „**Männerabend? Ich weiß wo er ist... wenn du es wissen willst 0177 310 11 40, Janina**“.

Dieser Spruch ist als Witz zu verstehen, dass man mit dem KIN jederzeit über den Messenger oder die Social Networks, Kontakt halten kann und somit weiß was der Partner gerade tut.



Die Rückseite des Bierdeckels enthält eine „Auflösung“. Hier ist eine URL angegeben, der darauf schließen lässt, dass es sich hierbei um eine Promotion handelt. Diese URL leitet alle Neugierigen zu einer **Landing-Page**, auf der der Besucher über das KIN informiert wird.

Die angegebene Telefonnummer auf dem Bierdeckel verbindet besonders Neugierige mit einem Anrufbeantworter, der ebenfalls die Promotion als solche auflöst, und über das neue KIN informiert.

In beiden Fällen können **Kontaktdaten** angegeben werden, um weitere Informationen zu erhalten. Über diese Einrichtungen, lässt sich der Erfolg der Maßnahme **messen**.

### MESSE.

Die Messe bietet uns eine Möglichkeit um die **Digitalen Profis** und **Avantgarde** zu erreichen. Des Weiteren wird es viel **Presse** auf der Messe geben, die **DevCon** ist eine der ersten Messen für Mobiltelefone in Deutschland. Der Schwerpunkt der Messe liegt eigentlich bei den Entwicklern, da aber sehr viele von Ihnen „**Blogger**“ etc. sind, ist dies eine gute **Chance** um das neue Produkt in Deutschland zu präsentieren. Der Termin der DevCon deckt sich mit dem Launch von KIN in Deutschland.

Wir haben die Möglichkeit unsere POS Verkaufsförderungs-Foto-Aktion auf der Messe durchzuführen. Die Bierdeckel Kampagne passt perfekt und wird für Aufmerksamkeit unter den Mobilmenschen sorgen.

Auf den Konferenzen laufen verschiedene Sessions über neue Themen der Mobilfunkbranche. Alle Räume sind mit **Beamern** ausgestattet, in den **Pausen** werden dort **Twitter Nachrichten** von Teilnehmern gezeigt. Wenn wir eine Kooperation mit dem Software & Support Verlag (Messeveranstalter) schließen, können wir diese Twitter Nachricht über das neue KIN laufen lassen.

