

Marketing strategie

Spielfirma CLUE





Inhaltsverzeichnis

1. Zielgruppe
2. Budgeting
3. Medien
4. Branding
5. Staff/Personal/Team
6. Public relations
7. Distribution



Zielgruppe

- Lehrer
- Schüler
- Eltern
- Schulleiter



Budgeting

- Spenden (Spielabend)
- Sponsoren
- Mitgliedschafts Beiträge



Verbreitung

- durch Fernsehwerbung auf Kanälen die, die Zielgruppen schauen
- Lokalzeitschriften sollen die Eltern auf die Produkte aufmerksam machen
- Pop – up Werbung bei Spielen
- Werbung auf den sozialen Medien sollen das Interesse der Schüler wecken



Branding

- Film zur darstellugn der Firma
- Produkt line - up
- Internetseite
- Accounts bei soziale Medien



Staff/Personal/Team

- Beiteiligte am Erasmus + Projekt



Konkurrenz

- Lehrerplattform
- Schulverläge
- Wir sind etwas neues und somit



Distribution

- E-mail an die Verwaltung der Schule schicken, um so die Schule darauf aufmerksam zu machen das es die möglichkeit gibt über spielen effizient zu lernen
- Zusammenarbeit mit Lehrbuchverlagen

