

WALK, RUN, DANCE!



Feel the Beat!

Marketingkonzept, Oktober 2020

Fabienne Kleger & Patricia Schneider



Ausgangslage

Als Fabienne und ich an einem nebligen Herbstmorgen unsere tägliche Strecke bis zum Bahnhof liefen, spiegelte sich das kalte und nasse Wetter spürbar in unseren Gesichtern. Mit dem Blick auf den Boden fixiert, liefen wir hastig bis zum Bahnhof.

Als uns eine Joggerin entgegenkam, spürten wir eine gewisse Energie. Die Frau war trotz der frühen Uhrzeit und dem bedrückenden Wetter faszinierend gut gelaunt. Sie joggte nicht nur, sondern sie tanzte noch dazu. Die Umgebung wirkte für einen kurzen Augenblick nicht mehr grau und kalt, sondern farbig und warm. Wir schauten uns an und uns war sofort bewusst, was für eine Ausstrahlung die Joggerin auf alle hatte.

Wir fragten uns: Wie können wir dieses Selbstbewusstsein und diese Freude an der Kombination von Tanzen und Joggen an andere Leute weitergeben?

Wir begannen damit, selber zu tanzen während der Joggingrunde und auch unsere Freunde dazu zu animieren.

Doch leider ist die neue Sportart „Joggingdance“ noch nicht von der Allgemeinheit angesehen. Vielen ist es peinlich und sie lassen sich von den ungewohnten Blicken stören.

Das darf nicht sein! Genau deshalb haben wir die Kampagne „Walk, Run, Dance“ ins Leben gerufen. Mit Deiner Unterstützung wird das Tanzen während dem Joggen zum neuen Trendsportprogramm!

A woman with her hair in a bun, wearing a black hoodie and leggings, is stretching her leg on a park bench. She is holding her right foot with both hands, pulling it towards her chest. The background shows a calm lake and trees under a soft, hazy sky.

Zielgruppendefinition

Unser Angebot richtet sich momentan an Städterinnen und -städter im Alter von 16 bis 40 Jahren. Die Endbenutzer werden in drei Altersgruppen (16 - 22 Jahre, 22 - 30 Jahre, 30 - 40 Jahre) eingeteilt. „Walk, Run, Dance“ richtet sich an sportbegeisterte Personen. Die Zielgruppe soll eines gemeinsam haben: Freude am Sport, vor allem am Joggen und Tanzen. Wir richten uns an Personen, die sich am Feierabend gerne bewegen möchten. Die Zielgruppe ist auf Instagram aktiv.

Unsere Vision

Alles soll tanzen beim joggen! Wir wollen Menschen, ob sportlich oder eher weniger, dazu animieren, mehr Zeit an der frischen Luft zu verbringen und den Körper fit zu halten, ohne daran zu denken, ob man in der richtigen Haltung joggt oder genau fünf Kilometer hinter sich gelegt hat. Wir möchten Freude am Rennen verbreiten und unsere Leidenschaft für dieses Projekt an so viele Personen wie möglich weitergeben.

Unsere Dienstleistungen

Wir bieten wöchentlich Workshops an, bei denen man verschiedenen Tanzarten kennenlernen kann und hilfreiche Tipps zum Joggingdance von ausgezeichneten Trainern weitergegeben werden. Weiter lernt man bei den Workshops auf was für eine Ernährung man achten soll und wie man die Motivation nicht verliert. Es werden unterschiedliche Tanzstile angeboten (Hop, House, Ballett, Contemporary und Jazz) und je nach Altersklasse aufgeteilt.

Ausserdem organisieren wir jeweils am zweiten Wochenende im Monat einen Charity Lauf. Bei diesem Event kann man pro "gejoggingdancen" Kilometer zwei Franken an UNICEF zu spenden. Durch unsere App "Walk, Run, Dance" werden alle Bewegungsschritte aufgezeichnet und das Geld wird automatisch gespendet. Run for a Change!

Unsere Unternehmung ist momentan erst in der Stadt Zürich aktiv. Doch je grösser die Nachfrage danach wird, desto schneller können wir uns ausbreiten und auch in anderen Bereichen der Schweiz den Einwohner zu einer guten Stimmung während dem Sport verhelfen.

Sobald sich die aussergewöhnliche Situation mit dem Coronavirus beruhigt hat, können wir damit beginnen, Flashmobs zu veranstalten. Durch die Flashmobs soll gezeigt werden, dass es eine wirkliche Sportart ist und nicht bloss die eine oder andere Drehung während dem Joggen. Wir setzen auf Technik und auf Ausdauer in der Sportart. Um bei den Flashmobs möglichst viel Eindruck hinterlassen zu können, werden wir mit der Produktion von unserem eigenen Merch beginnen. Dieses Merch möchten wir auch an den Charity Runs verteilen.

Schon ganz bald wird es mit Deiner Hilfe heissen: Gehen wir noch kurz eine Runde joggingdancen?

SWOT-Analyse

STRENGTHS

- 👟 neue Bewegungsform kennenlernen
- 👟 Umgebungswechsel für viele Personen zugänglich
- 👟 für die Gesundheit
- 👟 nicht viel Material nötig (Handy für Musik)

WEAKNESSES

- 👟 Verletzungsgefahr
- 👟 ist noch nicht anerkannt
- 👟 Überwindung nötig
- 👟 wetterabhängig
- 👟 jahreszeitenabhängig



OPPORTUNITIES

- 👟 Verbesserung der globalen Gesundheit
- 👟 soziale Bindung
- 👟 auch im Winter möglich wegen Klimawandel

THREATS

- 👟 Epidemie / Pandemie
- 👟 nicht anerkannt in Gesellschaft
- 👟 Überanstrengung

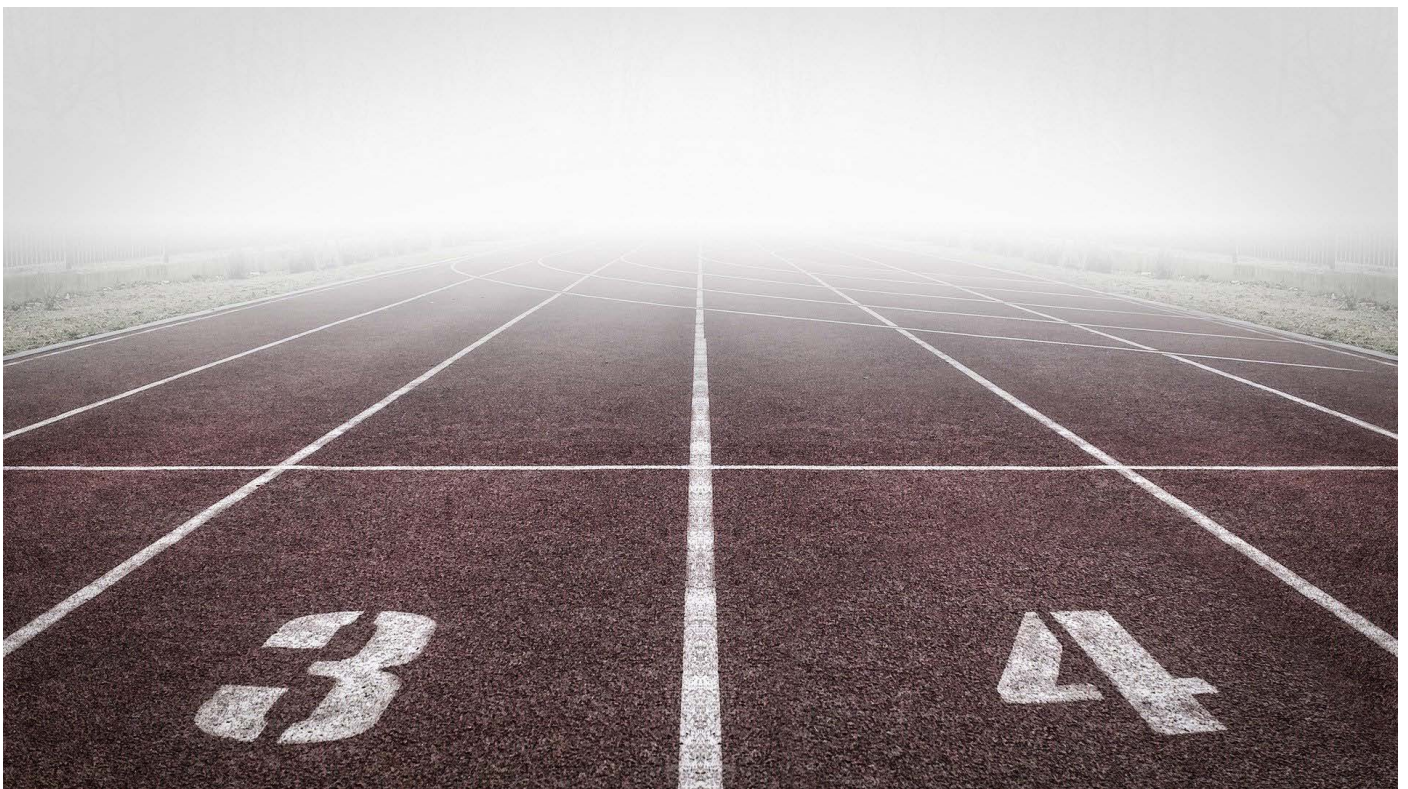
Marketingziele

Damit wir auch richtig vorwärts kommen in unserer Umsetzung, haben wir uns dazu entschlossen, möglichst alle Ziele mit genauen Zeitangaben zu begrenzen, damit wir uns selber gut motivieren. Wenn wir alle Ziele rechtzeitig schaffen und unsere Marketingstrategie aufgeht, können wir uns ab nächstem Jahre auf den ganzen Kanton ausbreiten, anstatt nur in der Stadt Zürich aktiv zu sein.

Marketingstrategie

Um die Ziele gut formulieren zu können muss man die Relation zwischen Chancen und Gefahren in den möglichen Marktbereichen beachten. Ausserdem muss man seine zur Verfügung stehenden Mittel beachten und man darf auch nicht seine Zielgruppe aus den Augen verlieren. Es steckt also sehr viel mehr hinter einer Marketingstrategie als nur ein Flyer oder einer Werbung im Fernsehen.

Unsere Sportart soll sich von allen anderen unterscheiden und genau für das haben auch wir unsere eigenen Strategien, um unsere Ziele möglichst effizient zu erreichen.



Finanzierung

Die Finanzierung unseres Projekts basiert auf dem Sponsoring von Migros, den Einnahmen durch die App und einem Darlehen einer Bank.

Kurzfristige Ziele

Bis Neujahr 550 Abonnenten auf Instagram unter @wrd_zuerich

Strategie: Wachstumsorientierung

Instrument: Verlinkung des Instagram-Accounts auf der Webseite, Flyer

Mindestens einen Beitrag von 1500 Fr. durch Lauf-Aufzeichnungen in der App spenden im ersten Halbjahr

Strategie: Portfolioorientierung

Instrument: App

Im ersten Jahr über 1000 Registrierungen auf unserer App

Strategie: Wachstumsorientierung

Instrument: App, Promotion über Instagram und Webseite

Tanzartspezifische Workshops mit Gastlehrern

Strategie: Entwicklungsorientierung

Instrument: Webseite

Bis am 10.10.2020 Webseite zur Buchung von Events & alle Daten veröffentlicht kommuniziert (Daten Flashmob, Workshop)

Strategie: Horizontale Orientierung

Instrument: Webseite, App, Instagram

Workshops ausgebucht

Strategie: Wettbewerbsangriff

Instrument: App, Webseite

Kunden zufriedenstellen

Strategie: Portfolioorientierung

Instrument: Merch

Search Engine Optimization (SEO)

Strategie: Wettbewerbsorientierung

Instrument: SEO

Langfristige Ziele

In ganz Europa vertreten sein

Strategie: Wachstumsorientierung

Instrument: E-Mail-Newsletter, Webseite, App, Testimonial, Fernsehwerbung → mehrsprachig!

Mit unseren Spendeneinnahmen Hauptsponsor von UNICEF sein

Strategie: Wettbewerbsorientierung

Instrument: App

«Walk, Run, Dance» als Olympische Disziplin

Strategie: Wachstumsorientierung

Instrument: App, Testimonial, Fernsehwerbung

Trotz grosser Reichweite Sympathie Bonus beibehalten und persönlich bleiben

Strategie: Portfolioorientierung

Instrument: Du-Kultur pflegen, auf Kunden eingehen, E-Mail-Newsletter, Verpflegung und Merch an Events verteilen

Kooperation mit Nike

Strategie: Entwicklungsorientierung

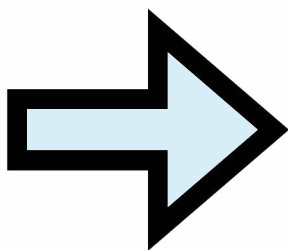
Instrument: Fernsehwerbung, Testimonial

Nachwuchsförderung

Strategie: Wachstumsorientierung

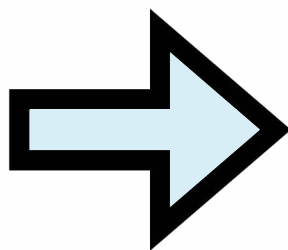
Instrument: App, Testimonial, Fernsehwerbung

bis Ende 2022



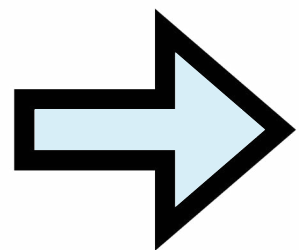
In der Stadt Zürich
bekannt werden

bis Ende 2025



In der Schweiz Er-
folg haben

bis Ende 2030



Internationaler
Erfolg

Marketinginstrumente

SEO

Mit dem SEO-Tool "morningscore.io" verbessern wir die Suchresultatposition unserer Webseite. Das Tool weist verschiedene Funktionen, wie zum Beispiel Website Traffic auf, die wir für Anpassungen auf der Webseite verwenden können.

Webseite

Auf unserer WRD-Webseite wird das Angebot (Workshops und App) aufgeführt. In der Rubrik "Workshops" kann man sich für verschiedene Workshops anmelden. Dies geschieht direkt durch ein Online-Anmeldefenster. Auch kann man sich für den E-Mail-Newsletter anmelden.

E-Mail-Newsletter

In Newsletter wird monatlich über die aktuellsten Events informiert. Zum Beispiel: Es werden neue Workshop-Daten kommuniziert oder der nächste Spendenlauf wird bekannt gegeben.

App

Es gibt drei Abonnements in der App:

Basisabo:

Tracken der Läufe,
Musik streamen (begrenzte Auswahl)
kostenlos

Light-Abo:

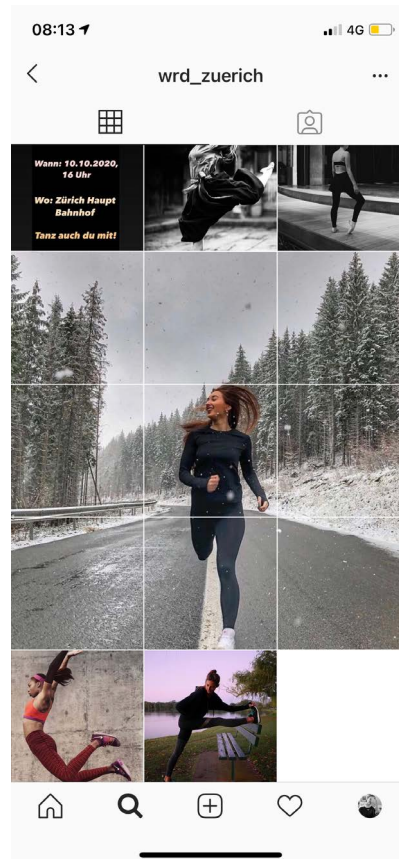
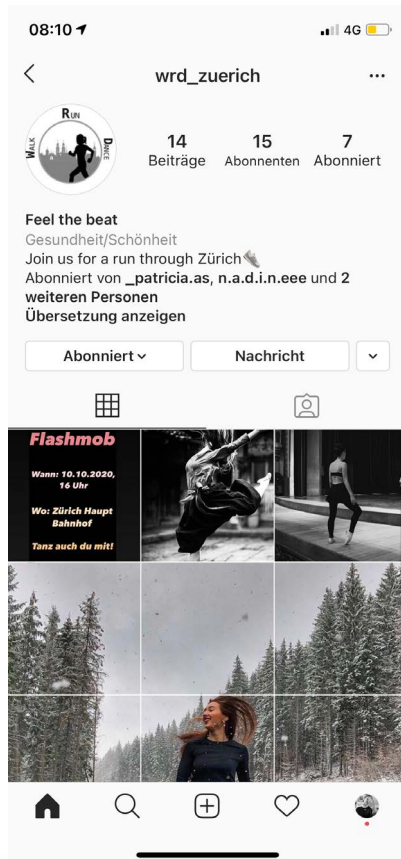
Tracken der Läufe
voller Zugriff auf Musikbibliothek mit alle Genres
Auswertung der Läufe
60,- im Jahr

VIP-Abo:

Tracken der Läufe
Auswertung der Läufe (Durchschnittsgeschwindigkeit, Schritte pro Minute)
Karte, die andere Läufer zeigt,
voller Zugriff auf Musikbibliothek mit allen Genres
10% Rabatt auf Workshops
120,- im Jahr

Bei den Charity Runs wird direkt über die App die zurückgelegten Kilometer gezählt. Es wird vor jedem neuen Spendenlauf eine Erinnerung verschickt.





Abbildungen 1 & 2: Screenshots Instagramprofil

Social-Media (Instagram)

Auf Instagram posten wir Tipps & Tricks zum Joggen & Tanzen, Workshop-Daten und Reposts von WRD-Mitgliedern. Der Instagram-Account wird unser Haupt-Marketing-Kanal. Wir reposten Stories, in denen WRD markiert wurde, um den Kunden Aufmerksamkeit zu geben. Ausserdem laden wir immer wieder einfache Choreographien auf Instagram hoch. Unsere Hashtags sind #walkrundance, #wrld, #feelthebeat und #runforachange.

Flyer

Auf dem Flyer wird die Firma "Walk, Run, Dance" kurz beschrieben. Durch einen QR Code wird man direkt zur Webseite geführt. Auch wird Werbung für den WRD-Instagram-Account gemacht. Wir fragen in diversen Cafés in der Stadt Zürich nach, ob wir die Flyer auslegen dürfen. Ebenfalls holen wir bei der Stadtverwaltung eine Bewilligung ein, damit wir an diversen Standorten die WRD-Flyer verteilen können.

Banner

In der Stadt Zürich werden an verschiedene Orten (z.B. Bahnhofstrasse oder an der Limmat) Banner aufgehängt, die auf den nächsten Charity Run hinweisen.

Fahrzeugbeklebung

Da wir unterschiedliche Events organisieren, wird vor Ort immer ein Fahrzeug mit unserem aufgeklebten Logo sein. Bei den Läufen durch die Stadt wird das Fahrzeug die Läufer mit Musik unterstützen und Verpflegung mitführen.

Fernsehwerbung & Testimonial

Um die Kooperation mit Nike zu vermarkten, wird ein Werbespot gedreht. Man kann sehen, wie Wayne Rooney und Rafael Nadal zusammen Joggen und Tanzen. Die beiden tragen Sportbekleidung der Marke Nike. Durch die Fernsehwerbung mit Nike wollen wir internationale Aufmerksamkeit erlangen und durch diese beiden internationalen Sportler auch ausserhalb der Schweiz ein Zeichen setzen.

Marketing Mix



Product

- App
- Workshops mit verschiedenen Tanzstilen (Hip-Hop, House, Ballett, Jazz und Contemporary)
- Webseite mit Newsletter
- Merch
- Verpflegung (Zusammenarbeit mit Migros)



Price

- App: kostenlos, 60.- oder 120.- im Monat
- Workshops: 1h= 25 Fr.
- 10% Rabatt für Gruppen ab 15 Personen
- Abo für Workshops (10 Workshops: 9 bezahlen, 1 gratis)



Place

- Tanzstudio
- Stadt Zürich für das Joggingdancing
- Flashmobs an unterschiedlichen Orten in der Stadt



Promotion

- Instagram
- Website
- Flyer
- Auto
- Merch
- Banner
- Mundpropaganda
- Testimonials
- Fernsehwerbung

Controlling & Monitoring

Nach dem wir unsere kurzfristigen Ziele umsetzen konnten und einige Zeit das Geschehen beobachten konnten, veranstalten wir ein Teammeeting bei dem nächste kurzfristige sowie auch weitere langfristige Ziele definiert werden. Durch diese Strategie können wir einen guten Überblick über die gesetzten Ziele behalten und wir können auf mehrmaligen Erfolgen aufbauen.

Die Ziele werden wie folgt kontrolliert:

Aktivität auf unserem Instagram Profil: Durch verschiedene Funktionen können wir die Aktivität unserer Follower auf Instagram messen. Am Ende des Monats werden Likes, Kommentare und Reposts ausgewertet. Ebenfalls kann man direkt in der App sehen, wie viele Personen das Profil besucht haben.

Webseite: Das Tool, mit welchem wir die Webseite erstellt haben, zeichnet automatisch die Nutzung der Webseite auf. So sehen wir, welche Rubriken am häufigsten angeklickt werden und auf was wir noch mehr Aufmerksamkeit lenken sollen. Dadurch können wir die Webseite optimieren.

Anmeldung Workshops: Die Anmeldungen für die Workshops auf unserer Webseite verraten uns, wie viele Personen an den Workshops teilgenommen haben.

Flyer: Anhand von der Auflagenzahl bei der Druckerei «Künzle Druck AG Zürich» können wir die Verteilung der Flyer im Auge behalten.

Member: Durch die erforderliche Anmeldung in der WRD-App wird die Memberzahl direkt gezählt.

E-Mail: Unser E-Mail Verkehr wird durch die Anzahl Newsletter-Abonnenten kontrolliert.

Banner: Wir werden einmal im Jahr allen WRD-App-Mitgliedern eine Umfrage senden. Darin wird unter anderem gefragt, wie die Person auf Walk, Run, Dance aufmerksam wurde. So können wir evaluieren, wie gross der Einfluss der Banner ist.



@wrd_zuerich

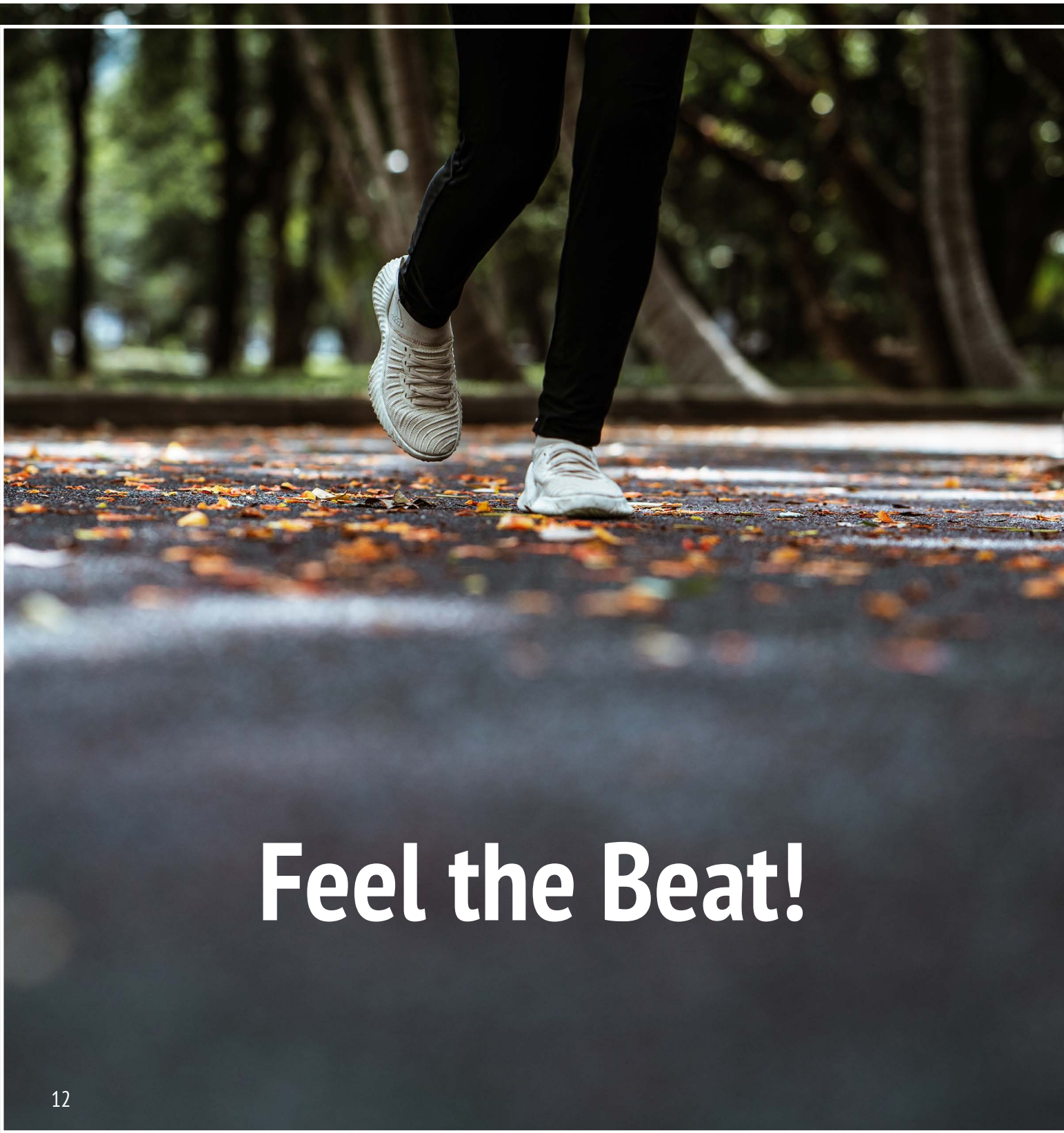


wrd_zuerich

Regelung des Joggingdances

Da unsere Mission ist, dass unsere Member Spass am Joggingdance haben, möchten wir es auch nicht bewerten. Bei Walk, Run, Dance geht es weder um Zeit noch um die Tanzschritte oder um die Distanz. Es geht, momentan noch, ausschliesslich um den Spass am Sport.

Doch uns ist durchaus auch bewusst, dass der Sport messbar sein muss, damit er vom Olympischen Komitee aufgenommen wird. Unser Vorschlag ist, dass auf die Anzahl der verschiedenen Tanzarten und dessen korrekte Ausführung geachtet wird. Ebenfalls wird die Geschwindigkeit gemessen.



Feel the Beat!