

Mini Task 3 – Marketing-Kampagne

Ziel dieses Mini Tasks ist es, eine klare und zielgruppenorientierte Marketing-Kampagne für Periode 5 Ihres Unternehmens im Planspiel zu entwickeln und diese in einem visuell ansprechenden Flyer umzusetzen.

Die Kampagne soll die Marktpositionierung (siehe Mini Task 2), den Kundennutzen sowie die Kommunikationsstrategie Ihres Teams präzise darstellen.

Arbeitsauftrag

Arbeiten Sie im Team und erarbeiten Sie:

a) Erarbeiten Sie eine kurze Marketing-Kampagne bestehend aus:

1. Zielgruppe:

- Wer soll konkret angesprochen werden?
- Welche Bedürfnisse oder Probleme adressiert die Kampagne?

2. Value Proposition / Kernbotschaft:

- Was ist der Hauptnutzen Ihres Angebots?
- Welche Botschaft soll im Gedächtnis bleiben?

3. Kommunikationskanäle:

- Über welche Kanäle wollen Sie Ihre Zielgruppe erreichen? (z. B. Social Media, Website, Messen, Newsletter, Print)

4. Tonality & Style Guide:

- Welche Tonalität? (seriös, innovativ, verspielt, technisch, ...)
- Welche visuellen Elemente passen dazu? (Farben, Icons, Bildstil)

5. Call to Action (CTA):

- Was soll die Zielgruppe konkret tun? (z. B. “Jetzt testen”, “Newsletter abonnieren”, “Kontakt aufnehmen”)

b) Gestalten Sie einen einseitigen Flyer, der Ihre Kampagnenidee visuell umsetzt.

Hinweis: Die Gestaltung muss nicht perfekt sein – wichtig ist eine klare Botschaft, ein sauberes Layout und eine zielgruppenorientierte Ansprache.

Formale Anforderungen: Geben Sie Ihre Antworten auf max. 2 DIN-A4 Seiten als PDF in ILIAS ab.

Deadline: Mi, 10.12.2025 – 23:55 Uhr in ILIAS

Ad-Lib Value Proposition Template

Ad-libs are a great way to quickly shape alternative directions for your value proposition.

They force you to pinpoint how exactly you are going to creating value. Prototype three to five different directions by filling out the blanks in the ad-lib on the right.

Objective

Quickly shape potential value proposition directions

Outcome

Alternative prototypes in the form of “pitchable” sentences

Our

 Products and Services

help(s)

 Customer Segment

who wants to

 jobs to be done

by

verb (e.g. reducing, avoiding)

 and a customer pain

and

verb (e.g. increasing, enabling)

 and a customer gain

unlike

 competing value proposition