

FAHRLEHRER : BRIEF

DIE INNOVATIVE REIHE FÜR FAHRLEHRER

BETRIEBSFÜHRUNG

VOGEL
VERLAG HEINRICH VOGEL

Marketing mit kleinem Budget

Die Basis muss stimmen: Corporate Identity **3** / Sparen mit Strategie: die Ziele **3** / Teure Streuverluste und langer Atem **4** / Zeit statt Geld **4** / Geldfresser im Marketing **5** / Google-Suche und Pressearbeit **6** / Geldfragen: So sollten Sie kalkulieren **7** / Film: Vom Profi oder gar nicht **8** / Werbung am Standort **9** / Hallo Partner! **9** / Gute Fotos – selbstgemacht! **10** / Fazit: Auf die Anmeldungen kommt es an **11** /

TEXT: EVA ELISABETH ERNST

Wer nicht wirbt, der stirbt: Der Spruch gilt auch für Fahrschulen. Bevor sich Fahrschulinhaber darüber Gedanken machen, wo und wie sie möglichst günstig werben, sollten sie sich mit ihrer Strategie und dem Wettbewerb im Einzugsgebiet beschäftigen. Denn gut geplante, kontinuierliche und aufeinander abgestimmte Aktionen zeigen mehr Wirkung als spontane Schnellschüsse. Wie Fahrschulen ihre Kunden richtig auf sich aufmerksam machen, zeigt dieser FAHRLEHRERBRIEF.

•
•
•
1/2

Januar 2017