

Entertainment Marketing

Funktionen des Entertainment Marketing

Warum entscheidet sich ein Unternehmen dafür, Entertainment Marketing zu betreiben?

Positionierung	Entertainment Marketing hilft eine gezielte, erwünschte Positionierung in der Wahrnehmung der Konsumenten und dadurch am Markt zu erreichen
Image	Imageaufbau und -pflege gehen mit der Positionierung einher. Ein starkes Marketing-Konzept ist ein möglicher Zugang, um am bestehenden Image zu arbeiten (Verstärkung, Änderung) oder um von Anfang an gezielt das Image aufzubauen.
Emotionalität	Durch Entertainment Marketing lässt sich die Emotionalität einer Marke steigern.
Outcome	Entertainment Marketing generiert ein grosses und nachhaltiges Outcome über die Jahre hinweg
Information	Zum einen kann das Ziel darin bestehen, die Konsumenten über das Vorhandensein eigener Produkte, oder des Unternehmens als Organisation zu informieren. Des Weiteren erlaubt Entertainment Marketing den Zielpersonen spielerisch die Funktionsweise neuer, bzw. komplexer Produkte, in Form einer Gebrauchsanleitung näher zu bringen.
Aufbau Kundenbeziehungen	Eine kontinuierliche Präsenz und ein konsistentes Image helfen die bestehenden Kundenbeziehungen zu festigen.
Absatz	Indem der Kunde informiert wird und das Produkt in seiner Wahrnehmung mit einem wünschenswerten Image positioniert wird, wird die grundlegende Marketingfunktion wahrgenommen und gesteuert (gesteigert).
Kostensenkung	Durch strategische Allianzen können die Marketingkosten gesenkt werden