

Start Up;

Basic Knowledge about
Marketing and Networking;
or do you really want this?



Content:

- Are you ready?
- SWOT
- Is ART a Product
- What is our Quality
- Basics in Marketing
 - Print
 - WEB
 - Service
 - Press
 - Event
- Networking
- Cooperation
 - Galleries
 - Sponsoring



Are you ready?

- Specialized Trade Skills
- Communication Skills
- Professional Motivation
- Critical Thinking Ability
- Decisiveness
- Organizational Skills



SWOT Analysis

Strengths

- What do you do well?
- Your unique resources?
- What do others see as your strengths?

Weaknesses

- What could you improve?
- Where do you have fewer resources?
- What do others see as your weaknesses?

Internal

External

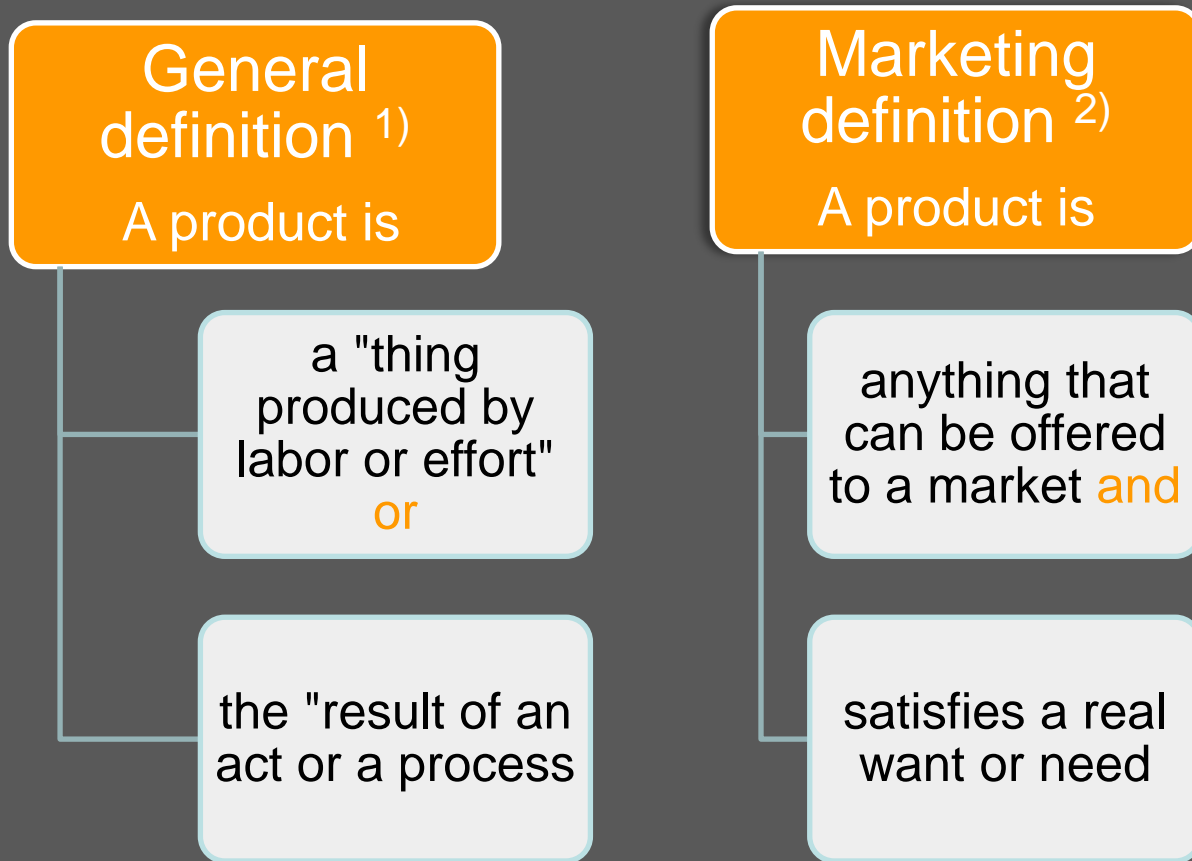
Opportunities

- What trends could you benefit from?
- How can you turn your strengths into opportunities?

Threats

- What threats could harm you?
- What is your competition doing?
- What threats do your weaknesses expose to you?

Is ART a Product?



¹⁾ *Glossary of the terms related to quality assurance* from the Tempus Joint European Project for the Development of Quality Assurance

²⁾ Kotler, P., Armstrong, G., Brown, L., and Adam, S. (2006) *Marketing*, 7th Ed. Pearson Education Australia/Prentice Hall.



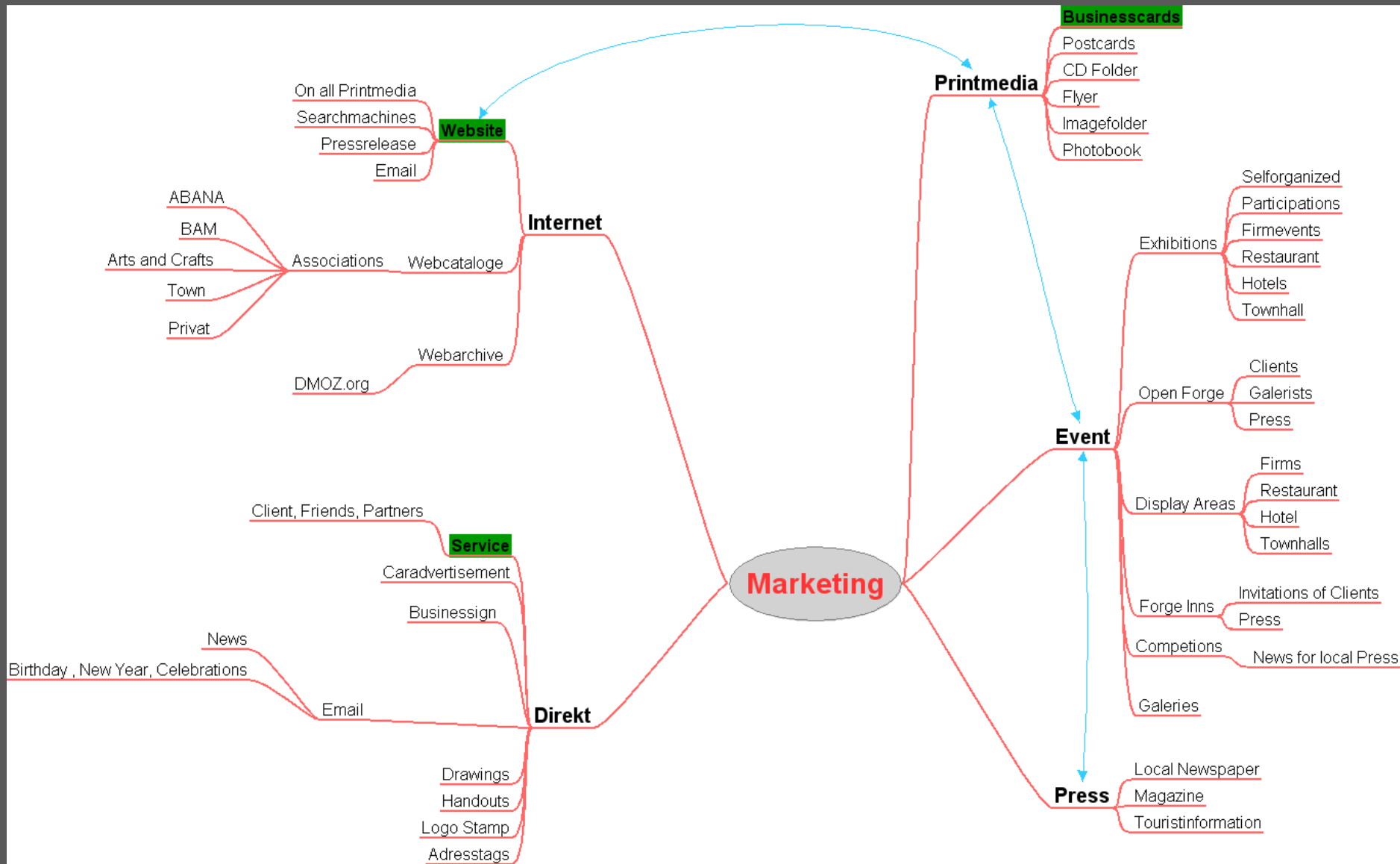
What is our Quality ?

It is not WHAT we do,
It is HOW we do it!



Basics in Marketing





Businesscard

Postcard

CD Folder

Flyer

Imagefolder

Photobook



Businesscard

Postcard

CD Folder

Flyer

Imagefoler

Photobook



Businesscard

Postcard

CD Folder

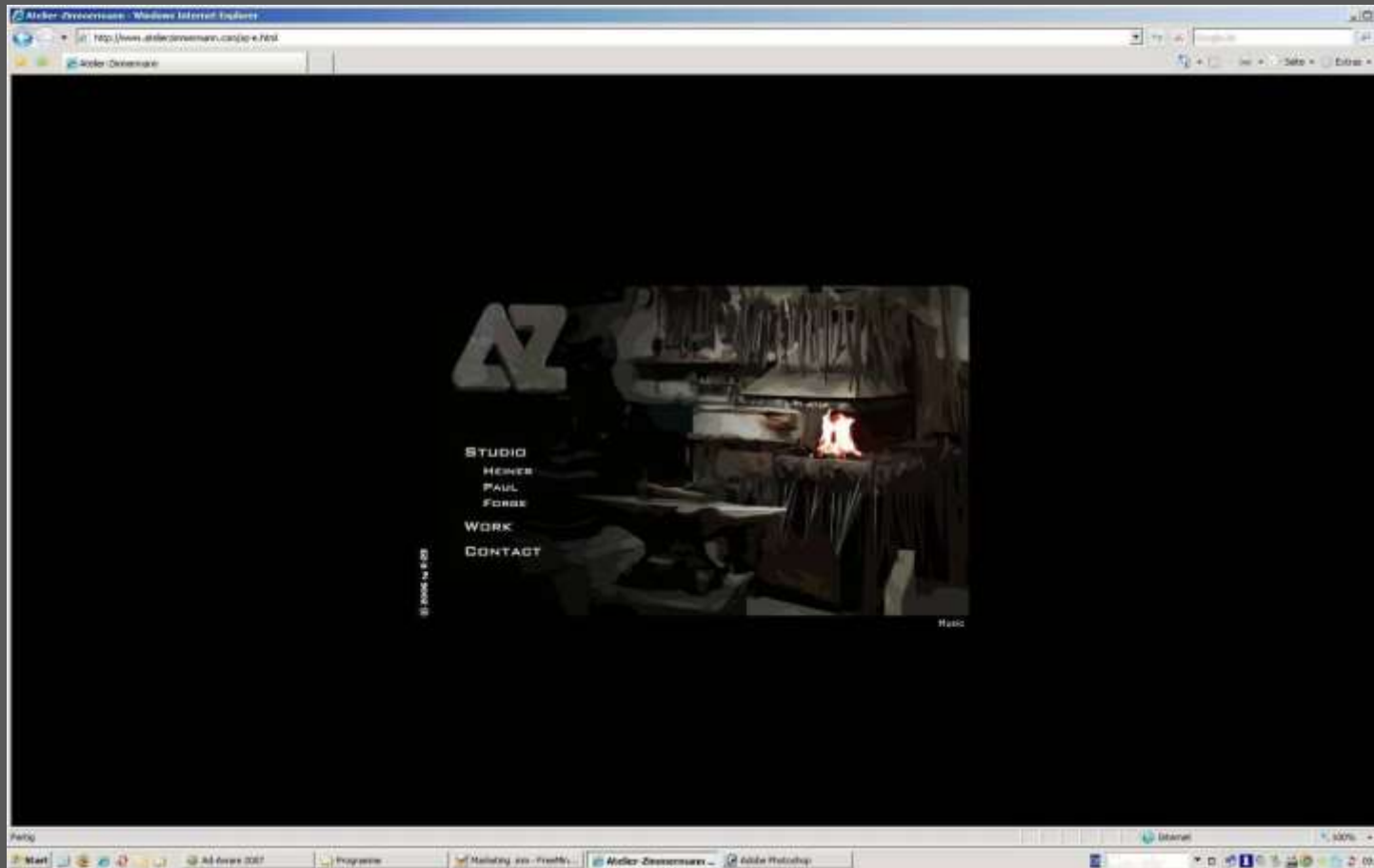
Flyer

Imagefolder

Photobook



Internet



Website

Webcatalog

Webarchive

Search-

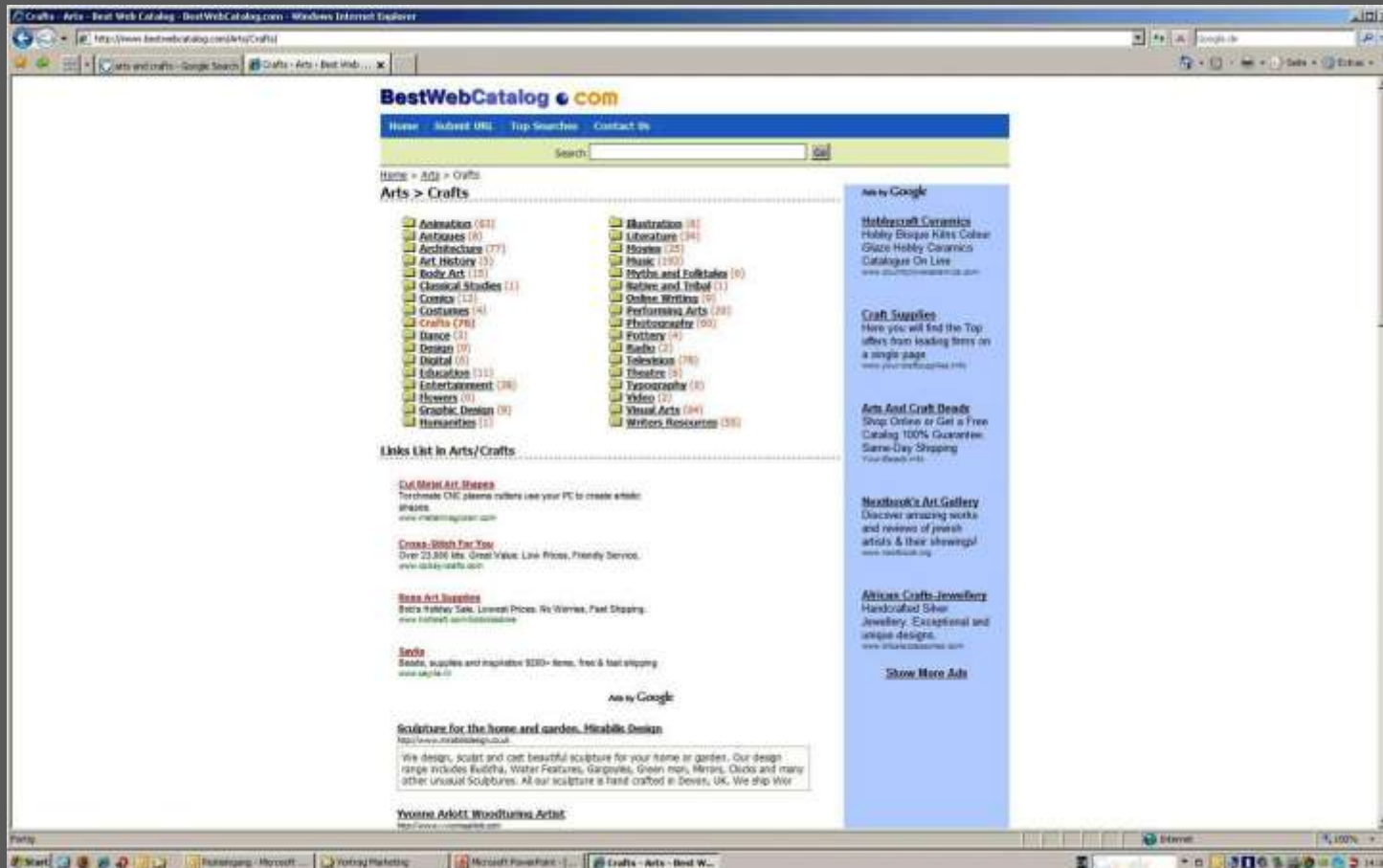
Machines

Blog

WEB 2.0



Internet



Website

Webcatalog

Webarchive

Search-

Machines

Blog

WEB 2.0



Internet

Website

Webcatalog

Webarchive

Search-
Machines

Blog

WEB 2.0



Internet

Website

Webcatalog

Webarchive

Search-
Machines

Blog

WEB 2.0



facebook



flickr

twitter

You Tube

Internet

Website

Webcatalog

Webarchive

Search-
machines

WEB 2.0





Service

Caradvertisement

Business sign

Email

Drawings

Logostamp





Service

Caradvertisement

Business sign

Email

Drawings

Logostamp





Service

Caradvertisement

Businss sign

Email

Drawings

Logostamp



Local Newspaper
Magazine
Tourist Information
Phonebook

Schmiede-Kunst. Paul Zimmermann schmiedet Eisen, Sohn Heiner auch Teams zusammen.



Schmelzen heißt, heißes Eisen mit der eigenen Handarbeit zu formen und nach schmerzhaften Stunden zu gestalten.

Die einen sind ihres Glückes Schmied, die anderen haben es lieber im Team: sie sind wieder andere und für ihre Identifizierung bekannt. Heiner Zimmermann aus Fickhausen ist Schmied. Er nennt dazu: „Im Sprachraum meines Westfalens.“ Für ihn ist es nachvollziehbar, dass sein Beruf in der Mythologie gar Gottheiten zugeordnet war und königliche Erlaubnisse notwendig waren. Und das nicht nur, um Waffen selbst herstellen zu können. Der Umgang mit den Glühbleimen des Feuers ist die Ausrüstung vor der Arbeit und verpflichtet bei der Formgebung zu Perfektion. Wohl deshalb hatte bei den Griechen Hephaistos, der Gott des Feuers und der Schmied der Götter, auch Aufgaben zur Gerechtigkeit, die unter der Schwerkraft, Form und Funktion in Blauschwarz zu vereinen. Hat Heiner Zimmermann wie Vater Paul gelernt, beide stünden als Schmied schon zur Welt gekommen. Vater und Sohn unterscheiden, um wie sensible Wahrnehmung ihrer Umwelt sowie eine intensive Auseinandersetzung mit der Herstellung ihrer Produkte. So ist ein Tor für sie eine Schwelle zwischen dem Dämmen und dem Glauben, soll es erdalen oder ausgetreten bewachen oder freigegeben. Die Tor muss für die Zirkulationen eine Weisung haben zu den dort lebenden Menschen. Beim Schließen und dem Einrasten stehen müssen Zwangsache und Brinnung ermöglichen. Also brauchen sie einen dämmen, persönlichen Bezug zum Verarbeiten. Eisen aus Erzgerochen mit den Hufeisenbeinen herauszugewinnen



und in ein glaubwürdiges, lebendes Dasein aus Eisen zu versetzen, ist die Falle Natur. Es geht um Leben, Charakter und Bestimmung der betroffenen Menschen zusätzlich zu analysieren, das Wesentliche herauszufiltern und daraus eine Form zu gießen“, sagt Heiner Zimmermann. Das ist fester Verantwortungsbewusstsein, denn das gefundene Symbol wirkt nur, wenn es passt. „Wir müssen unsere Besten sein, neue Wege zu gehen, um für Längerwaise zu öffnen.“ Mittlerweile werden Heiner Zimmermann Fähigkeiten von Unternehmen auch für ganze andere Aufgaben gefragt für Teamzusätze. Das Konzept, nach dem sein Bruder Christian ebenfalls arbeitet – sein Sohn ist der Schwager arbeitet, ist erfolgreich, in der Schmiedewerkstatt arbeitet Heiner Zimmermann mit dem Team ein Symbol, das für die Aufgabe des Teams und dessen Bedeutung für das Unternehmen stehen soll. Bei diesen Diskussionen kommt allen zu Tage: „Bericht Heiner Zimmermann, Jochen, Schreien, Bestehungs- und Identifikationsprobleme, Ärgernisse.“ Die Teilnahme erstreckt, mehrere, immerparten, überlassen, wandeln ab, überwinden sich und finden schließlich im ersten Tor. „Das ist ein sehr interessantes, faszinierendes Prozess, der wie ein Team zusammenwachsen.“ Doch die Kofnung kommt danach. Dann, schmiedet die Gruppe selbst ihr persönliches Team symbol von lebendes Dasein, das die Bestimmung festigt.

Selbst am Amboss

Am 8. und 9. Juni 2016, lädt der Bruder Zimmermann in Fickhausen zum Weg der Schmied. Es bietet seinen Gästen mehrmals spannende Einblicke in Geschichte und Mythologie. Schmiedebetriebe können in die einzigartige Gestaltung von Eisen. Martin B. kann sich selbst in Schmieden über und seine Erfahrungen mit Eisen, Eisen, Hammer und Amboss machen. Werkzeuggestaltungen am 8. 11. 12. und 13. Die Wegschreibung zum Bruder Zimmermann Fickhausen, Fickhausweg 10, Fickhausen. Infos unter www.heinerzimmermann.com oder Telefon: 01727 705 86.

Press

Exhibition
Open Forge
Display Areas
Forge In
Galleries



Exhibition
Open Forge
Display Areas
Forge In
Galleries



Invite Clients, Friends, Local Press, Gallerists, Architects



Exhibition

Open Forge

Display Areas

Forge In

Galleries



Hotel, Restaurant, Companies, Shops a.s.o.



Networking

- Use any occasion.
- Evaluate the contact.
- Organize your contacts.
- Stay in touch.
- It is a give and take.
- Say: “Thank You”.



Cooperation

- Architects
- Landscapers
- Interior Designer
- Town Councils
- Institutions
- Universities
- Parks
- Galleries
- Companies



Cooperation

Galleries



- Create a body of work
 - Recognizable
 - Size / Transport
 - Reproducible
 - Quality

- Prepare yourself
 - Price
 - Availability
 - Appearance
 - Negotiation

- Decide what Gallery
 - Direction
 - What work shown
 - What price
 - Size

- You need to approach them
 - Portfolio
 - Visit

- Commitment



Cooperation

Sponsoring and Commercial
Co-operations with Artists

“A Give and Take”

Sponsoring is

- one component in the Marketing Mix
- based on the principle of services rendered and
- services returned in an equal degree
- Not a donation!

For the sponsor it is an activity with the aim to

- supports somebody with services or activities
- in order to elevate the own brand with the sponsoring activities



Motivation for Companies for Art Sponsoring

“It’s about the Image”

- Public recognition for sponsoring cultural activities
- Demonstration of cultural and social skills
- A good opportunity for positive press coverage
- An attraction for a corporate event
- Raise awareness for the company
- Identification of the public with the sponsor's engagement, leading to increasing customer loyalty



How to Select Potential Sponsors?

Research for potential sponsors

- Select companies with similarities, some examples
 - Metal – Technology:
Automotive, Manufacturing, Information Technology
 - Wood – Green:
Energy, Food&Drinks, Construction
 - Textile-Garment – Lifestyle:
Insurance, Pharmaceutical, Healthcare, Tourism
- Find companies with a matching target group
- Find companies that sponsored artists in the past
- Select companies you can relate to personally



Corporate Sponsorship Letter

Possible Structure

1. Brief description of yourself , your work and your request for sponsorship
2. More in depth description of your work and vita, rewards, past exhibitions
3. Description of what you offer in return
4. Thank them for their time, contact information, and state that you will be following-up with a phone call within the next week

Proof Points for Sponsors

- Professional first contact
- Corporate sponsorship letter
- Google results on artist's name
- Artist's website
- Social media activities (presence on FB, Twitter, LinkedIn, etc.)
- Local press coverage



Start it Up;
Thank you!

