

SEMINAR

How to Media!

DAS RICHTIGE UMFELD, DER PASSENDE KANAL?
DIE SUCHE NACH DEM ORT, AN DEM SIE IHRE
ZIELGRUPPE WIRKLICH ERREICHEN, IST HEUTE
MEHR DENN JE DER VIELZITIERTER HEUHAUFEN.

DUNKEL
GRÜN





„WER AUFHÖRT ZU WERBEN, UM GELD
ZU SPAREN, KANN EBENSO SEINE UHR
ANHALTEN, UM ZEIT ZU SPAREN.“

Henry Ford





SEMINARZIELE

WERKZEUGE FÜR EFFIZIENTE UND ZIELGRUPPENGERECHTE KOMMUNIKATIONSMASSNAHMEN

Die beste Mediastrategie, der effizienteste Mediaplan, das richtige Briefing, mit den relevanten KPI's ... Für die Kommunikationsmaßnahmen stellt die Diversifikation des Mediamarktes eine extreme Herausforderung dar. Dabei sind die Mediastrategie und die Mediaplanung sehr wichtige Erfolgskriterien von werbetreibenden Unternehmen. Die Werbeausgaben sind in den meisten Fällen der größte finanzielle Posten im Marketingbudget.

Dieses Seminar liefert den Teilnehmern/innen die Werkzeuge in der Auseinandersetzung mit dem Thema Media. Die Teilnehmer/innen erlernen das Handwerk, sich in ihrer jeweiligen Branche mit den Aspekten der Zielgruppenanalysen, Mediennutzung, Rolle der Medien, Mediatерminologie und Buchungsmöglichkeiten auseinandersetzen zu können. Innerhalb des Customer Journey Funnels werden sie mit ihren Agenturen, den Vermarktern oder Partnern auf Augenhöhe diskutieren und so zielgerichtet Kommunikationsmaßnahmen steuern. Die Teilnehmer/innen erhalten nicht nur einen Einblick in die kreative Vielfalt von Media, sondern erlernen Gestaltungsmöglichkeiten innerhalb der gesamten Kommunikation. Die Teilnehmer/innen werden auf Basis des erlernten Wissens ihr Marketing- und Media Budget besser einsetzen können und schaffen somit Mehrwerte und erhebliche Effizienzen in Zeit, Budgetallokation und

den erbrachten Kampagnen-Leistungswerten. Die Steuerung der Mediaagenturen und die Zusammenarbeit mit Medienpartnern wird durch die Maßnahmen effizienter, ertragreicher und die Kommunikation sowie die Außendarstellung der Marken und Produkte zielgerichteter. Sie werden ihren Standpunkt und die Kommunikationsziele vertreten. Die Teilnehmer/innen werden in der Lage sein, sinnvolle Briefings zu verfassen und die richtigen Fragen zu stellen, damit die optimale Mediastrategie mit den bestmöglichen Empfehlungen, zur Erreichung der Kommunikationsziele erfolgen.

Nach dem Seminar werden die Teilnehmer/innen in der Zusammenarbeit mit der Agentur als Sparringspartner auftreten können, damit zur Erreichung der vorgegebenen Ziele die besten Maßnahmen getroffen werden.





SEMINARINHALTE

Mediaterminologie

NRW, OTS, GRP, CPC – diese und viele weitere Fachbegriffe werden verständlich erläutert und ihre Zusammenhänge klar dargestellt.

Mediennutzung

Fernsehen ist tot? Zeitschriften ließt keiner? – Stimmt, und stimmt auch nicht... Das hängt sehr stark von der Zielgruppe ab.

Entwicklungen in einzelnen Zielgruppen, Nutzungsdauer unterschiedlicher Gattungen und Leistungswerte im Zusammenhang zum Wettbewerb, Branche und Budget werden analysiert.

Rolle der Medien

Jeder Mediakanal hat Stärken und Schwächen – die Vor- und Nachteile jedes Mediums werden betrachtet.

Botschaft

Gegenüberstellung von Kommunikationsbotschaften, Kommunikationsrouten und Mediaideen im richtigen Werbeformat und den relevanten Inhalten für die Zielgruppe.

Media Einkauf

Werbung kostet Geld – gerade aus diesem Grunde sollte man die effizienteste Werbung buchen und die ist oft von Einkaufsmodellen getrieben.

Darstellung der Strukturen und der Einkaufsmodelle im Zusammenhang zur Zielsetzung im Funnel der Customer Journey.

Beziehung

Welche Agentur ist für welche Aufgaben zuständig und wie arbeiten sie optimal zusammen?

Auseinandersetzung mit einer effizienten Steuerung, Koordination aller Mediatemen und der Priorisierung aller Aufgaben von Media- und Kreativagenturen.

Briefing

Budget, Zeitraum, Saisonalitäten, Zielgruppen – diese und weitere essenzielle Inhalte eines Briefings werden aufgezeigt.





SEMINARESSENZ

Werbetreibende Unternehmen und die, die es werden wollen, machen wir fit für die **optimale werbliche Ansprache** ihrer Zielgruppe und somit wettbewerbsfähig.

Marketing-Verantwortlichen geben wir die relevanten Fähigkeiten für den **effizienten Einsatz von Budgets** und die Planung, Umsetzung sowie Durchführung großer und kleiner Werbekampagnen.

Marketing-Teams unterstützen wir so, dass sie die richtigen Argumente für eine **erfolgreiche Mediaplanung** haben – sowohl für interne als auch externe Stakeholder.

Mit diesen Seminar erhalten Sie das **Rüstzeug die richtigen Fragen zu stellen, Fachbegriffe zu deuten und Medien aufgrund ihrer Stärken und Schwächen einzuschätzen** – und das mit Ihrer Zielgruppe und Ihrem Produkt im Hinterkopf. Sie werden mit Ihrer Agentur auf **Augenhöhe** kommunizieren.





SEMINARINFORMATIONEN

Termine

Das Seminar ist individuell konzipierbar. Grundsätzlich ist das Training auf 2 Tage ausgelegt, jedoch besteht die Möglichkeit der Kürzung, sowie einer Intensivierung. Für unternehmensinterne Trainings bieten wir Ihnen individuelle Termine an.

Teilnehmer

Das Seminar richtet sich an Personen, die sich grundsätzlich in ihrem Arbeitsalltag mit Marketing beschäftigen. Das Training ist so gestaltet, dass für alle Hierarchiestufen und Wissensstände genügend Inhalt bereitgestellt und vermittelt wird.

Die Teilnehmerzahl ist auf 12-15 Personen beschränkt. So kann sich der Trainer bestmöglich auf jeden Einzelnen und dessen individuelle Potenziale und Lernziele fokussieren.

Seminarort

Als Teilnehmer/-in sollen Sie sich voll und ganz auf das Training und sich selbst konzentrieren können. Deep Work! Deshalb wählen wir Räumlichkeiten, die dieses Ziel unterstützen. Alternativ kann das Training auch in Ihren Räumlichkeiten stattfinden.

Zeiten

Das Training beginnt am ersten Tag um 10.00 Uhr und endet am letzten um 17.00 Uhr. Alle weiteren Zeiten für Pausen, Lunch und Dinner werden mit Ihnen und den anderen Teilnehmern abgesprochen.

Preis

Auf Grund der individuellen Gestaltung des Seminars, gelten individuelle Preise. Kontaktieren Sie uns gerne für ein passendes Angebot.

Anmeldung

Einfach unter 0179 – 14 95 275 anrufen oder eine Nachricht an martin.hok@dunkelgruen.gmbh senden.



DUNKEL GRÜN

DUNKELGRÜN GmbH

Tel.: +49 179 14 95 275

martin.hok@dunkelgruen.gmbh

www.dunkelgruen.gmbh

Geschäftsführer:

Roger Mohr, Martin Hok

