

Anmeldung per Fax: +49 931 418-2900

Seminar: Herausforderungen an die Mediaplanung B2B

01./02. Juli 2010 in Würzburg

Ich wünsche Zimmerreservierung von / bis:

Die Teilnahmegebühr für dieses Seminar beträgt 950,- € (zzgl. 19 % MwSt.).

Name _____ Vorname _____

Firma _____

Funktion _____

Straße _____

PLZ _____ Ort _____

Telefon _____ Fax _____

E-Mail-Adresse _____

Datum _____  Unterschrift _____

Anmeldebedingungen

Die Teilnahme ist mit der schriftlichen Bestätigung verbindlich. Sollte ein Teilnehmer verhindert sein, so kann die Teilnahme bis 14 Tage vor Seminarbeginn kostenfrei storniert werden.



Ergänzend zu Ihrer Seminarteilnahme bietet Ihnen Vogel Business Media einen kostenlosen Probe-Account für das Mediadatenportal **PLANBASIX.de**. Dort finden Sie alle relevanten Mediadaten von 18.000 Printtiteln, 10.000 Online-Angeboten und 500 Hörfunksendern.

Ja, ich möchte das kostenlose und unverbindliche Probe-Abo* des Premium-Services von PLANBASIX.de nutzen.

*Das unverbindliche Probe-Abo von PLANBASIX.de wird automatisch nach drei Monaten aufgelöst und bedarf somit keiner Kündigung. Hiermit stimmen Sie zu, dass Vogel Business Media Ihre Daten an den Betreiber von PLANBASIX.de weitergibt. Diese Daten werden ausschließlich zum Einrichten Ihres Probe-Accounts verwendet.

Kontakt:

Veranstalter

Vogel Business Media GmbH & Co. KG
Max-Planck-Str. 7/9
97082 Würzburg

Ansprechpartner

Jürgen Dölling
Telefon: 0931/418-2054, Fax: -2900
E-Mail: juergen.doelling@vogel.de



Seminar: Herausforderungen an die Mediaplanung B2B

Grundlagen, Planung, Einsatz,
Steuerung, Kontrolle

---> www.vbm-seminare.de

Teilnahmegebühr

Die Teilnahmegebühr beträgt
950,- € (zzgl. 19% MwSt.)

Herausforderungen an die Mediaplanung B2B

Grundlagen, Planung, Einsatz, Steuerung, Kontrolle

Je komplexer Themen und Prozesse werden um so wichtiger ist es die Grundlagen und Funktionen zu kennen.

- Um den Überblick zu behalten und um aktuelle Entwicklungen und Trends richtig einzuschätzen.

Dazu gehört auch die Planung und Durchführung von Kommunikationskampagnen.

- Die technischen, inhaltlichen und funktionalen Entwicklungen im Internet haben unser Kommunikationsverhalten grundlegend verändert. So wurden u.a. auch die tradierten „Sender-Empfänger-Regeln“ relativiert. Die Anzahl der Informationsanbieter ist damit rapide angestiegen. Medienunternehmen wurden vor vollkommen neue Aufgaben gestellt, haben neue Kommunikationsangebote entwickelt. Die Grenzen von B2B und B2C sind nicht mehr so trennscharf und Inhalte und Prozesse bedingen einander.

Diese Entwicklungen haben Auswirkungen auf die Kommunikation mit allen Stakeholdern einer Marke.

- Damit auch auf die Auswahl und das Zusammenspiel der Werbeträger und ihrer spezifischen Leistungsbeiträge in einer Kommunikationsstrategie – Ihrer Werbekampagne.

Das Seminar „Herausforderungen an die Mediaplanung B2B“ vermittelt grundlegendes Wissen über die Funktionen, die Auswahl, den Einsatz und die Kontrolle der unterschiedlichen Werbeträgergattungen, zeigt die ersten Schritte „von der Kommunikationsstrategie zur Werbekampagne“, liefert Ansätze für ein Agenturbriefing und für die Überprüfung von Leistungswerten und Aussagen.

In einem Praxisteil am 2. Tag erarbeiten Sie in einem Workshop gemeinsam mit den Experten eine Kommunikationskampagne – gerne auch mit einem praktischen Beispiel von Ihrem Unternehmen – und erhalten Tips zur Fehler- und Kostenvermeidung.

Seminar-Informationen

Zielgruppe

Marketingleiter, Werbeleiter, Mediaplaner, Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen und Agenturen, Schwerpunkte B2B-Medien aber auch Grundlagen aus dem B2C-Bereich

Seminarziele

Vermittlung von Basiswissen über die Entstehung, Anwendbarkeit und Vergleichbarkeit von Planungsdaten für die Kommunikationsplanung, die Funktion und Wirkung von Werbeträgern, die Wege von der Kommunikationsstrategie zur Mediaplanung, Einsatz, Steuerung und Kontrolle der Budgets und Dienstleister

Seminartermin 2010

01./02. Juli in Würzburg

Seminardauer

1. Tag: 09:30 – 18:00 Uhr, 2. Tag: 08:30 – 17:30 Uhr

Referenten

**Helma Finkenauer-Linnerth**

Geschäftsführerin
Finkenauer & Stolz Solutions, Frankfurt
Mediastrategie und -operative in der klassischen Kommunikation und in Direktmarketing, off- und online, Kooperationen, Schulungen, Business Development, Coaching, Mentoring.

**Christopher Bouveret**

Online Marketing Consultant
Buena la Vista AG, Würzburg
Spezialist für den Bereich Online Marketing und neue Medien. Mehrjährige Erfahrung im Einsatz von Webtechnologien und der Vermarktung digitaler Geschäftsmodelle. In seiner Funktion als Online Marketing Consultant bei Buena la Vista zuständig für den Bereich Online Marketing mit Schwerpunkt B2B

In der Teilnahmegebühr sind enthalten

- Seminardokumentation
- Mittagessen
- Pausengetränke und Snacks
- Teilnahmezertifikat

Wir haben ein Zimmerkontingent reserviert. Bitte geben Sie An- und Abreisedatum an, wenn Sie eine Übernachtung wünschen. Die anfallenden Kosten rechnen Sie direkt mit dem Hotel ab.

Programm

1. Tag Basiswissen und Beispiele

09.30 – 09.45	Begrüßung und Einführung
09.45 – 10.30	Datenbankbasierte Planungsdaten Was gibt es, wie werden sie ermittelt (ivw, MA, AGOF, GfK-Meter, internationale Daten ...)
10.30 – 11.30	Übersicht über die wichtigsten Markt-, Media- und Werbewirkungsstudien und Begriffe – und wo finde ich weiterführende Informationen
11.30 – 12.30	Wichtige B2B-Studien: was Sie über die AGLA-Elektronik, VDMA und andere relevante B2B-Studien wissen sollten
12.30 – 13.30	Mittagspause
13.30 – 14.15	Was versteht man unter „Online-Marketing“ (Cpo, CpC, SEO, SEM, E-Mail-Marketing, Affiliates...)
14.15 – 14.45	Von der Kommunikationsstrategie zur der Entwicklung einer Mediaplanung
14.45 – 15.30	Case-Study: Mediastrategie xyz (Grundlagen für eine strategische Mediaplanung)
15.30 – 16.00	Kaffeepause
16.00 – 16.15	Das Agenturbriefing
16.15 – 16.45	Im Dialog: Zauberwort CrossMedia Vergleichen lässt sich nur was Vergleichbar ist. Erkenntnisse über den Einsatz und die Aussagekraft von Daten und Studien
16.45 – 17.30	Media-Erfolgskontrolle: Werbewirkungsstudien, Tracking und Modelling
17.30 – 17.45	Aufgabenbeschreibung workshop Mediaplanung
17.45 – 18.00	Zusammenfassung

2. Tag Workshop Mediaplanung und Ergebnisinterpretation

08.30 – 09.00	Gemeinsamer Guten Morgen Kaffee
09.00 – 12.00	Workshoparbeit
12.00 – 13.00	Mittagspause
13.00 – 16.00	Präsentation der Workshoparbeiten
16.00 – 16.45	Media Challenge: Was kann ich von einer Agentur erwarten? Was muss ich/mein Haus leisten? -
16.45 – 17.15	Was haben wir gelernt?
17.30	Ende der Veranstaltung