

Seminar Marketing und Werbung

Das Konzentrieren aller Aktivitäten auf den Kundennutzen ist die einzige wirklich langfristige Zukunftssicherung für Unternehmen: Dazu bedarf es eines fundierten Wissens und einer Grundhaltung, die durch alle Abteilungen gelebt wird. So richtet sich dieses Seminar an Führungskräfte, AssistentInnen, Entwicklungsabteilungen oder Produktmanager.



Mit 120-Seiten-Skriptum!

Die Inhalte können natürlich bei Bedarf spezifisch adaptiert werden:

1. Grundlagen Marketing

1.1 Teilbereiche und Geschichte

1.2 Grundbegriffe des Marketing

- 1.2.1 Kundenzufriedenheit
- 1.2.2 Kundenbindung
- 1.2.3 Markt
- 1.2.5 Segmentierungskriterien:
- 1.2.6 Marktgrößen
- 1.2.7 Marketingplanung
- 1.2.8 Marktforschung

1.3 Produktpolitik

1.3.1 Dienstleistungen

1.3.2 Strategische Entscheidungen der Produktpolitik

1.3.3 Produktlebenszyklusanalyse

1.3.4 ABC – Analyse

1.3.5 Portfolio – Analyse

1.3.6 Produktentwicklung

1.4 Preispolitik

1.5 Place – Distributionspolitik und Logistik

1.5.1 Absatzkanäle, Vertriebspartner

1.6. Promotion – Kommunikationspolitik

2. Werbung

2.1 Grundbegriffe

2.2 Maßnahmenübersicht der Marktkommunikation

2.3 Mission: Die Ziele der Werbung

2.4 Money: Das Werbebudget

2.5 Message: Die Werbebotschaft

2.5.1 Gestaltung der Werbebotschaften

2.5.2 Markennamen

2.5.3 Slogan-Entwicklung

2.6 Mediaselektion

- 2.6.1 Übersicht über die Medien
- 2.6.2 Mediaselektion - Strategien

2.7 Measurement - Werbewirkungsmessung

- 2.7.1 Aktivierung
- 2.7.2 Wahrnehmung
- 2.7.3 Gedächtnisleistung
- 2.7.4 Image
- 2.7.5 Erlebtes Risiko
- 2.7.6 Sonstige Begriffe
- 2.7.7 Sonstige Modelle und Maßzahlen
- 2.7.8 Pre-Test / Post-Test
- 2.7.9. Besondere Probleme der Werbeerfolgsmessung
- 2.7.10. Werbeerfolgsmessung im Internet

2.8 Grundlagen des Wettbewerbs- und Markenrechts

- 2.8.1. Das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb
- 2.8.2. Markenrecht

2.9 Die Werbewirtschaft

- 2.9.1 Full Service Werbeagentur
- 2.9.2 PR-Agentur
- 2.9.3 Adressverlage - Direktmarketing
- 2.9.4 Ankündigungsunternehmen - Außenwerbung
- 2.9.5 Direktwerbeunternehmen
- 2.9.6 Werbemittelverteiler
- 2.9.7 Markt- und Meinungsforscher
- 2.9.8 Event-Agentur
- 2.9.10 Sponsoring-Agentur

2.10 Werbemittelproduktion

2.10.1 Datentransfer

2.10.3 Druckverfahren

2.10.4 Papier

2.10.5 Richtiges Erstellen eines Druck-pdf

2.10.7 Farbspektren

2.10.8 Schriften