

SEMINAR "360° KOMMUNIKATION" – FÜR INHABER UND GESCHÄFTSFÜHRER

Markenkommunikation wird zu einem immer vielschichtigeren Zusammenspiel unterschiedlicher Disziplinen. Klassische Werbung, Online-Medien, Media, PR – der Media-Mix muss konzeptionell und strategisch optimal harmonieren. Damit Sie das in Ihrem Unternehmen effizient umsetzen können, vermitteln Ihnen unsere Referenten aus Theorie und Praxis mit dem Praxisseminar "360° Kommunikation" das wichtigste und neuste Wissen über die ganzheitliche Kommunikationsplanung. Im exklusiven Kreis, in angenehmer Atmosphäre und inspirierendem Ambiente stellen wir Ihnen an konkreten Fallbeispielen vor, wie Sie den maximalen Werbeerfolg erzielen und gleichzeitig Zeit, Energie und Kosten sparen.

TAG 1: FREITAG, 04.12.2009 oder 22.01.2010

09.00 Uhr **CHECK-IN, EMPFANG DER TEILNEHMER & FRÜHSTÜCK**

10.00 Uhr **MARKE**

Starke Unternehmensmarken bringen mehr Preisbereitschaft/Preispremium, Differenzierung vom Wettbewerb, Präferenzbildung und Profilierung, dauerhafte Kundenbindung und Wachstumspotenziale. Auch bei der Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen ist die Erfolgswahrscheinlichkeit für starke Marken aufgrund des vorhandenen Vertrauens der Anspruchsgruppen wesentlich größer als bei schwachen Marken.

DOZENT

Michael Hartung ist Chef der AGENTA Agenturgruppe, geschäftsführender Gesellschafter des deutschen Instituts für Markenbewertung und zudem Lehrbeauftragter für Kommunikationswissenschaften an der WWU Münster. Mit Neugier, Wissen, Erfahrung und Leidenschaft betreut er Marken als das, was sie sind: das wertvollste Kapital eines Unternehmens.



11.00 Uhr **CORPORATE IDENTITY**

Kann ein Leser, der eine Anzeige zum ersten Mal sieht, in einem Zeitraum von weniger als 2 Sekunden die Kernaussage der Anzeige verstehen? Wie wird Gestaltung wahrgenommen? Gesetzmäßigkeiten guter Gestaltung. Schrift, Farben, Fotografie; der Umgang mit dem Corporate Design. Erfolge und Fehlschläge von Kampagnen anhand von Beispielen.

DOZENT

Christian Broll ist Creative Director und Mitglied der Geschäftsleitung der AGENTA Werbeagentur und darüber hinaus Lehrbeauftragter des HBZ Münster. Er kennt die klassischen und viele neue Mittel und Wege, einer Marke und ihrem Charakter markanten Ausdruck zu verleihen und ihre Position im Wettbewerb zu definieren und kontinuierlich auszubauen.



13.00 Uhr **MITTAGSPAUSE**

14.00 Uhr **ONLINE**

Vertrauen ist gut, Web-Controlling ist besser. Denn Markenkommunikation im Netz verändert sich. Welche Rolle dabei Blogs, Twitter, Podcasts, Google und Google AdWords spielen, zeigen die Analyse von Homepages und Microsites und spannende Praxisbeispiele für die Website-Optimierung.

DOZENT

André C. Schmechta ist geschäftsführender Gesellschafter der Agentur die Zeitspringer. Die Experten für digitale Markenführung in der AGENTA Agenturgruppe entwickeln, realisieren und begleiten innovative Konzepte, mit denen Unternehmen neue technische und strategische Möglichkeiten der Online-Medien erfolgreich für ihre Markenkommunikation nutzen können.



16.00 Uhr **MEDIA-MARKETING**

Zielgruppenansprache ohne Streuverluste in klassischen- und Ambientmedien, der Tausend-Kontakt-Preis, Geomarketing/Micromarketing, Kombination der Instrumente als Erfolgsfaktor.

DOZENTIN

Cornelia Leweling leitet die MEDIA at its best. Aus der langjährigen Arbeit sowohl für regional als auch für international agierende Kunden aus dem B2B- und dem B2C-Bereich weiß sie genau, wie, wann und wo Markenbotschaften ihre Zielgruppen punktgenau und effektiv erreichen.



TAG 2: SAMSTAG, 05.12.2009 oder 23.01.2010

10.00 Uhr

PUBLIC RELATIONS

„Wenn ein junger Mann einem Mädchen erzählt, er sei eine gute Partie, ist das Werbung. Hört sie es von dritter Seite, hat er erfolgreich PR betrieben.“ PR ist keineswegs eine Form der billigen Werbung. Dieser Erkenntnishintergrund wirft einige Fragen auf: Was kann PR, was kann sie nicht? Wie viel PR braucht Ihr Unternehmen? Welche Instrumente eignen sich für die verschiedenen Zielgruppen?

DOZENTIN

Dr. Cornelia Eisenstein leitet die PR-Unit der AGENTA Agenturgruppe und steuert die interne Kommunikation der Gruppe. Die promovierte Kommunikationswissenschaftlerin blickt auf 15 Jahre PR-Erfahrung in Unternehmen und Agenturen zurück und kennt somit beide Seiten des Schreibtisches in der Beziehung Kunde-Agentur.



11.45 Uhr

WERBEPSYCHOLOGIE & WERBEWIRKUNG

Was ist eigentlich Verbraucherpsychologie und wie kommt man an die Psyche der Verbraucher heran? Was wird bei Werbemaßnahmen (TVC/Plakat/Radio/Anzeige) erlebt? Was bewegt? Was wird verstanden und wie? Welche „Coverstory“ kann man leicht wiedergeben? Welche darunterliegende „Impactstory“ wird spürbar? Ist die erzielte Gesamtwirkung förderlich für das beworbene Produkt, die Marke, die Positionierungswünsche des Kunden?

DOZENT

Heinz Grüne ist Managing Partner des Rheingold Instituts für qualitative Markt- und Medien-Analysen in Köln. In zahlreichen Projekten begleitet er international erfolgreiche Unternehmen aus Kommunikations-, Dienstleistungs- und Konsumgüterbereichen, wie zum Beispiel Allianz Versicherung, ARD, Axel Springer, Beiersdorf AG, Coca-Cola, Deutsche Bank AG, Ferrero, Hubert Burda, Reemtsma GmbH, Unilever GmbH und ZDF.



BUCHUNGSIINFOS

Teilnahmegebühr: 900 € inkl. MwSt. und Verpflegung

IHRE ANSPRECHPARTNERINNEN

Fr. CAMELIA BUSS & Fr. KATHARINA SCHAFFSTEIN

Tel.: 0251 5305 158 · Tel.: 0251 5305 145

Fax: 0251 5305 195

camelia.buss@agenta.de

www.agenta-akademie.de

IHR SEMINARORT

Die Wissenschaftsstadt Münster ist eine der lebenswertesten Städte der Welt.

