

Ein Seminar von Werben & Verkaufen und der managerakademie

MARKETING-EFFIZIENZ

Wirksames Marketing trotz Sparzwang

Um erfolgreich zu sein, kommunizieren Unternehmen mit ihren Kunden, Mitarbeitern und anderen Anspruchsgruppen, wie der Presse, Vereinen und Verbänden oder Investoren. Kommunikation dient also der Wertsteigerung des Unternehmens; sie schafft Interesse am Produkt, Vertrauen in das Unternehmen und einen hohen Bekanntheitsgrad im Markt. Kommunikation schafft jedoch nicht nur Werte, sondern erfordert auch Investitionen. Und wie immer in schwierigen Zeiten wird über den Einsatz von Marketingmaßnahmen diskutiert. Soll das Budget den Marktereignissen angepasst werden? Oder bringt es mehr, die Werbeflagge – entgegen dem Trend – hochzuhalten?

Fakt ist: Wer nicht wirbt, verliert den Draht zum Kunden – dem Lebenselixier eines jeden Unternehmens! Und so stellt sich die Frage: Wie können die Marktpotenziale eines Unternehmens trotz knapper werdender Budgets voll ausgeschöpft werden? Was sind die „Tools for Profit“, um die eigene Marktposition trotz schlechter Branchenkonjunktur zu behaupten oder gar auszubauen? Das Seminar ist eine wertvolle Orientierungshilfe mit hohem Praxisbezug für alle, die auch in schwierigen Zeiten proaktiv agieren und sich im Kampf um den Kunden erfolgreich durchsetzen wollen.

- Tools für mehr Wertschöpfung im Marketing
- Interaktive Worksessions zu Einsparpotenzialen und Budgetierungsverfahren
- Intelligente Strategien zur nachhaltigen Stärkung der eigenen Marktposition
- Beispielhafte Kampagnen und moderne Konzepte aus Best-Practice-Unternehmen

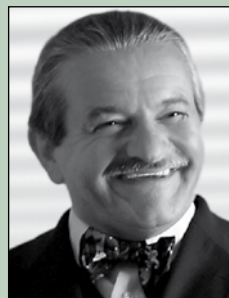
Termine:

29. und 30. April 2009 in Hamburg

15. und 16. Juni 2009 in Frankfurt

08. und 09. Juli 2009 in München

Jetzt anmelden unter www.wuv.de/seminare



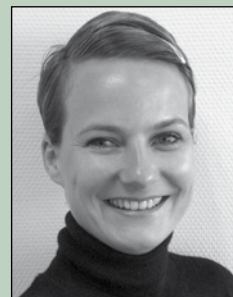
Peter Sawtschenko, Geschäftsführer des Instituts für Positionierungs- und Marktstrategien. Key Note Speaker



Markus Pfründer, Principal, BBDO Consulting GmbH



Daniela Erdmann, Leiterin Werbung International, Sixt GmbH & Co Autovermietung KG



Stefanie Gauger, Bereichsleiterin Marken- und Kundenkommunikation, Otto GmbH & Co KG

managerakademie
kongresse | tagungen | seminare

1. SEMINARTAG | Thema: Marketingbudgetierung

Vorsitz und Moderation: Sonja Feldmeier, Autorin Werben & Verkaufen

ab 8:30 Uhr

Ausgabe der Seminarunterlagen

9:00 Uhr

Begrüßung der Teilnehmer

Mehrwert durch Marketing

9:15 Uhr

Weniger Geld, mehr Leistung: Neue Herausforderungen an eine etablierte Disziplin

- Marketing in der Krise: Wie wirken Kostendruck und Budgetkämpfe?
- Ursachen der Kostenfalle: Fehlt es an einer Dokumentation der Wirkungen des Marketings?
- Ist Transparenz der Marketing-Effizienz ein Lösungsansatz?
- Messen, wiegen, zählen... was sind die notwendigen Schritte?

Prof. Dr. Thorsten Teichert, Leiter Arbeitsbereich für Marketing und Innovation, und Axel Averdung, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Institut für Marketing und Medien, Universität Hamburg

9:45 Uhr

Strategie-Workshop: Kostenfaktor Marketing? Performance strategisch steuern und kommunizieren

- Marketing als Leistungsfaktor
- Schlussfolgerungen aus der Qualitätsbewegung für das Marketing-Management
- Relevante Sichtweisen auf Marketing-Prozesse
- Steuerungsmetriken für den Bereich Kommunikation in Agenturen und Unternehmen

Prof. Dr. Thorsten Teichert und Axel Averdung

11:00 Uhr

Kaffeepause

11:30 Uhr

Implementierungs-Workshop: Schlüsselkennzahlen der Marketingkommunikation

- Integrierte Unternehmenssicht als Grundlage für eine kennzahlenbasierte Wertschöpfung
- Schlüsselkennzahlen der finanziellen Zurechenbarkeit
- Anwendungspotenziale der Marketing Accountability entlang der Kommunikationsprozesse
- Bewährte Verfahren und Defizite in Forschung und Praxis

Prof. Dr. Thorsten Teichert und Axel Averdung

12:30 Uhr

Mittagspause

Kriterien für mehr Wertschöpfung

13:30 Uhr

Impulsvortrag: Sixt-Werbung zahlt sich aus

- Sixt – eine eigene Definition von Tradition und Innovation
- Effizienz als Firmenpolicy – und der Vorteil eines inhabergeführten Unternehmens
- Best of Sixt Advertising

Daniela Erdmann, Leiterin Werbung International, Sixt GmbH & Co Autovermietung KG

14:15 Uhr

Flexible Budgets als Erfolgsfaktor, Teil I

- Budgetieren erfolgreiche Unternehmen besser?
- Wo herrscht Optimierungsbedarf von der Strategieebene bis zum Fixkostenmanagement?
- Was sind die Kostenreduktionspotenziale im Unternehmen?

Markus Pfründer, Principal, BBDO Consulting GmbH

15:15 Uhr

Kaffeepause

15:45 Uhr

Flexible Budgets als Erfolgsfaktor, Teil II

16:15 Uhr

Innovative Budgetierungsverfahren

- Intelligente Methoden in der Budgetierung
- Welche Verfahren haben sich bewährt?
- Handlungsempfehlungen für eine bessere Budgetierung

Markus Pfründer

17:15 Uhr

Abschlussdiskussion und Ende des ersten Seminartages

19:00 Uhr NETWORKING ABENDESSEN
W&V und die managerakademie laden die Teilnehmer und Referenten zum gemeinsamen Abendessen ein. Nutzen Sie die Gelegenheit für Diskussionen und das Knüpfen neuer Kontakte.

2. SEMINARTAG | Thema: Wirksamkeit & Wirtschaftlichkeit in der Marketingkommunikation

Vorsitz und Moderation: Sonja Feldmeier, Autorin Werben & Verkaufen

Key Note: Strategien für effizientes Marketing

9:00 Uhr

Die Macht der richtigen Positionierung

- Strategien gegen die Preis- und Austauschbarkeitsfalle
- Durch Problemlösungsorientierung zur Nr. 1 im Kopf Ihrer Zielgruppe
- Methoden, Ihrem Produkt Einzigartigkeit zu verleihen
- Marktnischen finden und erfolgreich besetzen
- Entwicklung neuer Verkaufssysteme und Aufspüren neuer Absatzkanäle
- Verkaufsprozesse signifikant beschleunigen

Peter Sawtschenko, Geschäftsführer, Sawtschenko Institut für Positionierungs- und Marktnischenstrategien

10:30 Uhr

Kaffeepause

11:00 Uhr

Mit Trojaner-Strategien Neukunden zum Nulltarif

- Was Sie tun können, damit sich die Werbung Ihrer Kunden refinanziert
- Maßnahmen zur Vermeidung von Streuverlusten und signifikanten Einsparung des Werbebudgets
- Impulse, wie andere Unternehmen Ihnen neue Kunden bringen können
- Mit intelligenten Trojaner-Strategien ungewöhnliche Erfolge erzielen

Peter Sawtschenko

12:30 Uhr

Mittagspause

Beispielhafte Kampagnen und Konzepte

13:30 Uhr

MPO schafft profitables Marketing

- Fit in die Krise – Fit aus der Krise
- Marketing ist zu 1% Kreation, zu 99% Transpiration
- Ungeahnte Einsparpotenziale in Marketingabteilungen
- „Der Marketingautomat“ – Eine Vision wird Realität

Thomas Anderer, Geschäftsführer Business Impuls GmbH, Ex-Pixelparkler und COO der ID Media

14:15 Uhr

Ganzheitliche Kommunikation zum Kunden

- Orientierung in einer reizüberfluteten Welt
- One Face - One Voice
- Entwicklung vom „Senden“ zum „Empfangen“

Stefanie Gauger, Bereichsleiterin Marken- und Kundenkommunikation, Otto GmbH & Co KG

15:00 Uhr

Kaffeepause

15:30 Uhr

Markenkooperationen – Wachstums- & Profilierungstreiber für Markenartikler

- Stagnierende Food-Märkte, was tun?
- Markenkooperationen als relevanter Bestandteil des Marketing-Mix
- Fallbeispiele aus der Unternehmenspraxis

Udo Perenz, Unilever Deutschland GmbH

16:15 Uhr

Corporate Social Responsibility: Soziales Engagement zahlt sich aus

- Wie wird CSR von Unternehmen kommuniziert?
- Ansprüche auf der Verbraucherseite
- Relevanz der CSR für Unternehmen
- Schritte zum Erfolg: Wann sich CSR für Sie auszahlt

Dr. Christoph Tillmanns, Research Manager New Products & Marketing, GfK AG

17:15 Uhr

Abschlussdiskussion und Ende des zweiten Seminartages

MIT DIESEM FACHSEMINAR RICHTEN WIR UNS AN:

- **Führungsverantwortliche aus Unternehmen:**
 - Geschäftsführer
 - Corporate Communications - und Brand Manager
 - Produktmanager
 - Marketing- und Vertriebsverantwortliche
- **Führungsverantwortliche aus Agenturen:**
 - Geschäftsführer und Managing Directors aus den Bereichen Corporate Communication und Marketing
- **Medienunternehmen**
- **Markenberater / Consultants**
- **Kommunikationsexperten**

Änderungen vorbehalten. Über mögliche Programmaktualisierungen informieren wir Sie online unter www.wuv.de/seminare

FAXANTWORT

Ihre Anmeldung am besten gleich per Fax an 08191/125-488

per Internet: www.wuv.de/seminare

1) Vorname, Name

Position/Abteilung

2) Vorname, Name

Position/Abteilung

Firma

W&V Abo-Nr.

Branche

Straße, Hausnummer, Postfach

PLZ/Ort

Telefon, Fax (freiwillige Angaben)

E-Mail (zur Veranstaltungsinformation notwendig)

Rechnungsanschrift

Datum

Unterschrift

Ja, ich möchte teilnehmen:

Marketing-Effizienz

- 29.-30.04.2009, Hamburg (67-180.930.512)
(Normalpreis 1.290,00 Euro zzgl. MwSt.)
- 15.-16.06.2009, Frankfurt Eschborn (67-180.930.513)
(Normalpreis 1.290,00 Euro zzgl. MwSt.)
- 08.-09.07.2009, München (67-180.930.514)
(Normalpreis 1.290,00 Euro zzgl. MwSt.)
- Ich bin W&V-Abonnent/in und nehme zum **Sonderpreis** teil.
(Sonderpreis 1.190,00 Euro zzgl. MwSt.)
- Ich kann leider nicht teilnehmen. Bitte senden Sie mir nach der Veranstaltung die Tagungsunterlagen inkl. CD-ROM zu.
(Preis 150,00 Euro zzgl. MwSt. und Versandkosten)

Frühbucherrabatt: Bei Anmeldungen bis zum 27. März 2009 gewähren wir einen Rabatt in Höhe von 50,- Euro auf die Teilnahmegebühr (Rabatte sind kombinierbar).

Veranstaltungsorte:

29.-30. April 2009
Mercure Hamburg City
Amsinckstraße 53, 20097 Hamburg
Tel.: 040/23 63 80, Fax: 040/23 42 30
(EZ ab 124,50 Euro inkl. Frühstück)

15.-16. Juni 2009
Mercure Hotel Frankfurt Eschborn Ost
Helfmann Park 6, 65760 Eschborn
Tel.: 061 96/9 01-0, Fax: 061 96/9 01-9 00
(EZ ab 113,- Euro inkl. Frühstück)

08.-09. Juli 2009
Novotel Messe München
Willy-Brandt-Platz 1, 81829 München
Tel.: 089/99 40 00, Fax: 089/99 40 01 00
(EZ ab 128,- Euro inkl. Frühstück)

Zimmerreservierung: Für die Teilnehmer steht ein begrenztes Zimmerkontingent zu genannten Sonderpreisen zur Verfügung. Bitte nehmen Sie Ihre Zimmerreservierung unter dem Stichwort „managerakademie“ selbst vor.

Online

Teilnahmebedingungen

Die Teilnahmegebühr schließt folgende Leistungen ein: Teilnahme am Seminar, Mittagessen, Erfrischungen in den Pausen und Abendveranstaltung. Bitte melden Sie sich mit beiliegendem Anmeldeformular oder via Internet unter www.wuv.de/seminare.de an. Nach Eingang Ihrer schriftlichen Anmeldung sind Sie als Teilnehmer registriert und erhalten eine schriftliche Bestätigung sowie eine Rechnung, welche vor Veranstaltungsbeginn zu begleichen ist. Bei Absagen in den 14 Tagen vor den Veranstaltungsterminen oder bei Nichterscheinen wird die volle Teilnahmegebühr berechnet; es kann jedoch ein Ersatzteilnehmer gestellt werden. Stornierungen vor diesem Termin werden mit 150,- Verwaltungsaufwand berechnet. Der Veranstalter behält sich das Recht vor, die gesamte Veranstaltung oder einzelne Teile räumlich und/oder zeitlich zu verlegen, zu ändern oder auch kurzfristig abzusagen.

Datenschutzhinweis

Ihre freiwilligen Angaben werden zusammen mit den für die Vertragsabwicklung erforderlichen Daten von uns und den Unternehmen der Süddeutscher Verlag Mediengruppe unseren Dienstleistern sowie anderen ausgewählten Unternehmen verarbeitet und genutzt, um Sie über Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Wenn Sie dies nicht mehr wünschen, schreiben Sie bitte an: managerakademie, Justus-von-Liebig-Straße 1, D-86899 Landsberg.

Veranstalter:

mic GmbH
managerakademie
Justus-von-Liebig Straße 1
86899 Landsberg

Europa-Fachpresse-Verlag GmbH
Hultschiner Straße 8
81677 München

Projektleitung:

Katharina Heldt
Tel.: 0 81 91/125-328
k.heldt@managerakademie.de

Organisation und Information:

Mike Aschenbrenner
Tel.: 0 81 91/125-136
m.aschenbrenner@managerakademie.de

Weitere Informationen und Anmeldung unter www.wuv.de/seminare

managerakademie
kongresse | tagungen | seminare

Erfolg kommt nicht von allein.

W&V Werben & Verkaufen
FORUM