

Seminar: Marketingkommunikation

Optimale Kommunikationskanäle finden und erfolgreich bedienen

Buchungscode
MV100

Marketing als absatzfördernde, imagefördernde oder meinungsfördernde Maßnahme zur Verwirklichung von Unternehmenszielen hat eine herausragende Bedeutung. Um auf den steigenden Wettbewerbsdruck, die Internationalisierung der Märkte, dem Herausheben von Alleinstellungsmerkmalen (Unique-Selling-Points – USP) oder der Verpflichtung, sich permanent den Kundenbedürfnissen widmen zu müssen, reagieren zu können, ist es notwendig „am Ball zu bleiben“.

Ziele / Nutzen

Hierfür werden Sie in diesem Seminar durch theoretische Hintergründe und praktische Beispiele auf den aktuellsten Stand des Marketings gebracht. Sie erhalten grundlegende Einblicke in die wichtigsten Kommunikationsinstrumente und Marketinginstrumente und vertiefen Ihr Wissen in Bezug auf die neuesten Entwicklungen. In praktischen Fallübungen setzen Sie die Inhalte um.

Termine

Momentan sind keine Seminare vorhanden. Gern vereinbaren wir individuelle Termine.

* Alle Preise zzgl. USt.

» *Kein passender Termin dabei?*

Inhalte des Seminars Marketingkommunikation

Werbung vor dem Hintergrund des Neuromarketing

Das Gehirn als (unbewusst arbeitendes) Organ für Kaufentscheidungen

Der Vorteil kortikaler Entlastungen

Bedeutung und Setzen von sensomotorischen, kognitiven und affektiven Reizen

Vom Motiv zum Code in der Ansprache

Erfolge und Grenzen des Neuromarketings

Public Relations – Die Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit

Zielorientierte Kommunikation – PR-Ziele und Zielgruppen

Traditionelle Methoden der Öffentlichkeitsarbeit

Die Anzeige

Presse- und Medienarbeit

PR-Regeln in die Onlinewelt übertragen

Foren, Wikis und Blogs

Krisen-PR

Direktmarketing – Gezielt Kunden und Interessenten ansprechen

Instrumente des Direktmarketing

Strategien im Direktmarketing

Leads generieren und richtig ansprechen

Die Erfolgsregeln im Direktmarketing

Web 2.0 – Die neuen Kommunikationswege beherrschen

Bedeutung des Social Web für erfolgreiches Marketing: Hype oder Notwendigkeit?

Digitale Marketing-Strategien im Überblick

Regeln der Ansprache

Neue Zielgruppen erschließen

Web-Content schaffen

Social Networking und Marketing

Potenziale und Grenzen von Marketingkonzepten im Social Web

Trends im Kommunikationsmix

„Mobile“ und „Response“ in der Marketingkommunikation

Lokale Events am POS

Content schaffen – Zur richtigen Zeit am richtigen Ort

Visuals – Die Macht der Bilder

Echtzeitkommunikation im Social Web

Weitere Seminarinformationen

Teilnehmerkreis

Mitarbeiter aus den Bereichen der Unternehmenskommunikation und des Marketing, die einen aktuellen Überblick über die Entwicklungen des Marketing, insbesondere der Kommunikationsinstrumente erhalten wollen

Methodik

Intensives Praxistraining: Bearbeitung von Fallstudien, praktische Übungen und Anwendung, Gruppenarbeiten, Einführung in die einzelnen Thematiken durch Vortrag, fachliche Vertiefung durch Trainer-Input, moderierter, im Dialog geführter Erfahrungsaustausch, Einbindung Ihrer Wünsche und Problemstellungen in das Seminar durch schriftliche Vorabbefragung

Abschluss

Teilnahme-Zertifikat der mtec-akademie an der PFH Private Hochschule Göttingen

Trainer

› [Dipl.-Oec. Björn Thullner](#)

Seminarzeiten

9:00 – ca. 17:00 Uhr

Teilnehmerzahl

max. 12

Teilnahmegebühr

410 € zzgl. USt.

Dauer

1 Tag

Inklusivleistungen

Schulungsordner mit umfangreichen Seminarunterlagen, Pausengetränke, Mittagessen, Teilnahme-Zertifikat inkl. Dokumentation der Seminarinhalte

Termine

Momentan sind keine Seminare vorhanden. Gern vereinbaren wir individuelle Termine.

* Alle Preise zzgl. USt.

› *Kein passender Termin dabei?*



Wissenswertes zum Thema Marketing

- › Was ist eigentlich... Neuromarketing?
- › Was ist eigentlich... Onlinemarketing?



Weitere Seminarempfehlungen zu Marketingkommunikation

- › Onlinemarketing für KMU
- › Onlinemarketing für den E-Commerce
- › Guerilla Marketing
- › Brand Management