

„Integrierte Marketingkommunikation und effiziente Agentursteuerung“

Systematische Kommunikationsplanung ~ zielgruppengerechte Ansprache

- Welche Werbebotschaft will ich vermitteln?
- Wen will ich erreichen?
- Entwicklung eines integrierten Kommunikationskonzeptes
 - Klassische Werbung
 - Zunehmende Bedeutung von PR im B2B-Marketing
 - Verkaufsförderung, Online, Direktmarketing
 - Sonderwerbformen: Guerilla-, Viral-, Life-Marketing
 - Zielgruppenspezifisches Marketing: Ethno, Gender, Senioren, Kinder, etc.
 - Events, Messen und Kundenveranstaltungen
- Sinnvolle Aufteilung des Kommunikationsbudgets auf Print, TV, Radio, Plakat und Online
- Low-Budget Kommunikation: Wie erreiche ich viel mit wenig Budget?
- Erfolgsfaktoren einer optimalen Kommunikationsplanung
- Strategien für die globale Marketingkampagnen: think global, act local
- Kommunikationspolitische Besonderheiten von Konsumgütern, Industriegütern und Dienstleistungen