

Seminarinhalte

Was wir in der AGOF Akademie anbieten

Derzeit bietet die AGOF Akademie Seminare zu den Themengebieten:

Programm-Schulungen

- Online-Mediaplanung mit TOP (verschiedene Levels)

Umgang mit den Daten der internet facts

- Einsatz der internet facts in der Vermarktung
- Wir machen Sie fit – Argumente aufspüren mit der internet facts

Basiswissen

- AGOF best practice: die internet facts Studie strategisch und technisch im Griff
- Dem User auf der Spur - Online-Mediaplanung
- Transparenz in der Online-Forschung

Seminarangebote zur Online-Mediaplanung mit TOP

Das AGOF Auswertungs- und Planungsprogramm TOP wird mittlerweile bei über 100 Unternehmen in Deutschland eingesetzt und damit intensiv in den Prozess der Online-Mediaanalyse und -planung eingebunden.

Die vielseitigen Auswertungsoptionen in TOP ermöglichen die Ermittlung der für definierte Zielgruppen relevanten Angebote und Belegungseinheiten. Die Zielgruppen können anhand von 1000 Einzelmerkmalen individuell abgebildet und analysiert werden. Zudem stehen über 3.400 Belegungseinheiten, eine Vielzahl von Standard- und Sonderwerbeformen pro Vermarkter sowie medienspezifische Optionen wie Frequency Capping und Targeting für die Analysen und Planerstellung zur Verfügung.

Die Seminare zur Online-Mediaplanung mit TOP zeigen mit einer Mischung aus Theorie und Praxis, wie sich das Planungstool effektiv im Planungs- und Vermarktungsalltag einsetzen lässt. Die Unterteilung in Einsteiger, Fortgeschrittene und Profis berücksichtigt die verschiedenen Erfahrungslevel im Umgang mit TOP und ermöglicht den potenziellen Teilnehmern eine wissensstandsgerechte Auswahl des für sie passenden Seminars.

Online-Mediaplanung mit TOP für EINSTEIGER"Von der Zielgruppenanalyse zur Medienselektion"

Agenda

- Inhalte: Grundlagen zu AGOF und TOP inkl. praxisnaher Übungen der ersten Auswertungsoptionen.
- Zielgruppe: Personen, die bisher noch nie oder kaum mit TOP gearbeitet haben, sowie Medienforscher wie -Analysten

Seminarinhalte

- Lernziel / Ergebnis: Bildung und Analyse von Zielgruppen, Analyse und Selektion von Medien nach Kundenvorgaben.

Online-Mediaplanung mit TOP für FORTGESCHRITTENE"Von der Mediaplaneingabe zur Plananalyse"

Agenda

- Inhalte: Grundlagen zur Planungsoberfläche von TOP inkl. praxisnaher Übungen zur Planeingabe und Analyse der Grunddaten unter Hinzunahme von Frequency Capping und Targeting.
- Zielgruppe: Personen, die bereits mit TOP gearbeitet haben, TOP jedoch noch nicht zur Mediaplanung genutzt haben bzw. nutzen.
- Lernziel / Ergebnis: Erstellung und Analyse von Mediaplänen.

Online-Mediaplanung mit TOP für PROFIS"Die Finessen der Mediaplanerstellung"

Agenda

- Inhalte: Tipps & Tricks für schnelleres Arbeiten mit TOP, Grundlagen zu Trendanalysen und wellenübergreifenden Analysen, Abbilden komplexer Planungsbriefings in TOP inkl. praxisnaher Übungen.
- Zielgruppe: Personen, die TOP regelmäßig zur Planung nutzen.
- Lernziel / Ergebnis: Finetuning von Mediaplänen, Abbildung komplexer Mediapläne in TOP, Aufzeigen von möglichen Optimierungsansätzen sowie Herausstellung von Planunterschieden und Argumentationsketten.

Seminar zum Einsatz der internet facts in der Vermarktung

Ob im Objektportrait, in der Pressearbeit, für kundenindividuelle Präsentationen oder zur strategischen Analyse des eigenen Portfolios - die internet facts bietet eine einmalige Fülle an Auswertungsoptionen und Vermarktungsargumentationen.

Das Seminar vermittelt Einsteigern das Handwerkszeug zum Umgang mit den Daten der AGOF internet facts. Viele Übungen und Anwendungsbeispiele verschaffen Sicherheit im Einsatz der internet facts für eine erfolgreiche Vermarktung. Für dieses Seminar wird kein Rechner vor Ort benötigt.

Für Allrounder aus Vermarkterorganisationen ergänzt das Seminar die Kenntnisse aus den TOP-Seminaren um die praktische, verkäuferische Komponente. Oder es liefert Mitarbeitern, die selbst keine Zählungen durchführen, Handwerkszeug im vermarkterischen Umgang mit den Daten, sei es bei der Erstellung von Verkaufsunterlagen oder beim Einsatz der internet

Seminarinhalte

facts im direkten Kundenkontakt.

Einsatz der internet facts in der Vermarktung"Verkaufsaussagen und Gebrauch von internet facts Daten in der Online-Vermarktung"

Agenda

- Inhalte: Lesen von internet facts Auswertungen Entwicklung von Verkaufsaussagen Regeln für Darstellung und Zitierung Best Practices
- Zielgruppe: Mitarbeiter in Vermarktungsorganisationen wie Marketingmitarbeiter, Verkaufsassistenten, Innendienstmitarbeiter, Außendienstmitarbeiter, PR-Mitarbeiter.
- Lernziel / Ergebnis: Sicherheit im Einsatz der internet facts im Verkauf, im Marketing und bei der Pressearbeit.

Seminar zum Aufspüren von Argumenten mit der internet facts

Wir machen Sie fit - Argumente aufspüren mit der internet facts"Effektives Finden und Untermauern von Argumenten mit den Daten der internet facts in TOP."

Agenda

- Inhalte: Üben, Üben, Üben Die Teilnehmer sollen lernen zu einem konkreten Ergebnis, zu einer konkreten Aussage zu gelangen, nicht Klickanweisungen abzuarbeiten. Wie kann ich möglichst effektiv Argumente pro Online aus TOP ziehen und einsetzen? Auffrischen verloren gegangenen Wissens. mögliche Standards für den Arbeitsalltag erarbeiten
- Zielgruppe: Mitarbeiter unabhängig ihrer Unternehmensform (Agentur oder Vermarkter), die bereits an einem TOP-Seminar teilgenommen haben und Übung für die Praxis erlangen möchten.
- Lernziel / Ergebnis: Es soll der Transfer von der Bedienung des Programms zur Beantwortung konkreter Fragestellungen des Tagesgeschäftes geleistet werden.

Seminar zu den Grundlagen zur Teilnahme bei der AGOF

Die Frage „Wie komme ich gut und erfolgreich ins AGOF System?“ stellt sich jeder Webseitenverantwortliche, der seine Leistungswerte durch die AGOF internet facts messen lassen möchte. Hierbei ist das im Seminar vermittelte Wissen um die Rahmenbedingungen,

Seminarinhalte

die technischen Spezifikationen und die Bedienung der verschiedenen Tools der AGOF der Schlüssel zum Erfolg.

Für die praktische Anwendung der in dem Seminar vermittelten Inhalte ist ein Rechner vor Ort erforderlich. In den Räumen der AGOF Akademie kann der Rechner gestellt werden, bei Inhouse-Seminaren muss das jeweilige Unternehmen für eine entsprechende Rechnerausstattung Sorge tragen.

AGOF best practice: die internet facts Studie strategisch und technisch im Griff Grundlagen zur Teilnahme bei der AGOF

Agenda

- Verschaffen Sie sich kompakt den "absoluten" Überblick über die AGOF internet facts
 - Entdecken Sie lose Fäden in Ihrer Organisation um die AGOF internet facts optimal zu organisieren
 - Entgehen Sie technischen Fallstricken bei der Integration Ihrer Website in die AGOF internet facts
 - Decken Sie Umsatzverlustpotenziale im Falle mangelhafter bzw. fehlender Einträge auf
 - Überprüfen Sie, ob Sie das strategische Potenzial der Belegungseinheiten ausschöpfen
-
- Inhalte: Kompletter Aufgabenüberblick, der für die AGOF internet facts in Ihrer Organisation notwendig ist Personelle Organisaton: wer hat welchen Hut auf? Formale Voraussetzungen (Mitgliedschaften, Vertragsverhältnisse) Technische Voraussetzungen (Einbau der erforderlichen Zählpixel) Funktion des WCC (Website Control Center der INFOnline) Funktion der AGOF-Manager-Module im Web (BE- und Tarif-Manager) Darstellung wie sich ein Fehler bzw. das Fehlen von Einträgen in TOP auswirken
 - Zielgruppe: Alle, die in Ihrer Organisation die Verantwortung für die AGOF internet facts haben
 - Trainer: Frank Heublein hat langjährige praktische Erfahrung in der Integration von Webseiten eines Anbieters / Vermarkters in die AGOF internet facts seit 2005

Dem User auf der Spur - Online-Mediaplanung

Dem User auf der Spur - Online-Mediaplanung

"Von der Marktanalyse zum Planungsprozeß an einem Tag"

Agenda

Seminarinhalte

- Inhalte: Die Teilnehmer lernen Online als Werbeträger in seiner Vielschichtigkeit kennen
AGOF - die Währung im Online-Werbemarkt wird detailliert erklärt
Vorstellung der gängigsten Werbemittel und Online-Fachbegriffe
Detaillierter Einblick in den Ablauf einer Online Mediaplanung
Gewonnene Erkenntnisse können selber im Planungstool TOP vertieft werden
- Zielgruppe: Mitarbeiter aus Unternehmen, die für Marketing und Werbung zuständig sind. Personen, die ihr Wissen über Online als Werbeträger aufbauen bzw. auffrischen möchten
- Lernziel / Ergebnis: Sicherheit im Umgang mit dem Medium Online als Werbeträger erlangen und Fachkenntnisse vertiefen bzw. aufbauen.

Transparenz in der Online-Forschung

Transparenz in der Online-Forschung

"Von der technischen Messung zur Reichweite"

Agenda

- Inhalte: Kurzvorstellung der AGOF mit ihren Zielen und Mitglieder
Methodenvergleich – wie sieht die Methode der Reichweitenerhebung in unterschiedlichen Medien aus
Welche methodischen Anforderungen gibt es für den Online-Markt?
Detaillierte Vorstellung des 3-Säulen Modells der AGOF
Vermittlung des Zusammenwirkens der Säulen
- Zielgruppe: Medienforscher aus Agenturen und Vermarkterhäusern. Alle Personen die genaue Erkenntnisse über die Methode der internet facts erlangen möchten. Fachhochschulen, Hochschulen
- Lernziel / Ergebnis: Die Seminarteilnehmer erhalten einen Überblick über verschiedene Messmethoden der Medienlandschaft. Im Detail wird die Methode der internet facts durchleuchtet, die Teilnehmer erhalten somit Kenntnisse zur Beurteilung und Einschätzung.