

## **Praxis Intensivseminar für Digitale Medienhäuser** **„Fallbeispiele und Best Practice Workshop zum** **Vermarktungsalltag mit TOP“** **(MA3)**

### **Zielgruppe:**

Mitarbeiter von Vermarktungsorganisationen, Mediaberater, Sales und Marketing Manager, Verkaufsassistenten, Innendienst- und Außendienstmitarbeiter, Sales Consultants aus Anzeigen-, Online- und Cross-Mediaabteilungen, die erlernen und intensivieren wollen, wie man Verkaufs- und Objektargumentationen auf Basis gängiger Markt-Media-Studien erstellt.

### **Lernziele:**

Nach diesem Seminar sind Sie sicherer in der Auswahl geeigneter Vermarktungsargumentationen gegenüber Agenturen und Werbungtreibenden sowie zur Objektpräsentation. Das Seminar liefert auch Mitarbeitern, die selbst keine Zählungen durchführen, Handwerkszeug im vermarkterischen Umgang mit Markt-Mediadaten. Grundlegende Auswertungsformen wie z. B. Zielgruppen- und Medienstrukturanalyse sowie Rankings werden ebenso behandelt, wie auch wichtige Media-begrifflichkeiten. Alle Inhalte münden in zahlreichen Best Practice Fallbeispielen und Übungen. Dieses Seminar ist vorrangig als Praxis-Workshop mit zahlreichen Fallbeispielen zu verstehen und weniger als TOP-Schulung.

### **Inhalte:**

- Die agof und ihre Markt-Media Studien
- Übersicht, Einsatzgebiete und Abgrenzung wichtiger Markt-Media-Studien
- Die wichtigsten Mediabegriffe und ihre Bedeutung sowie Unterscheidung und Anwendbarkeit nach Mediengattungen
- Kurzübersicht zu Zählprogrammen und Erstellung von Strukturanalysen und Rangreihen
- Darstellung von Verkaufs-Charts und Objektprofilen sowie Wettbewerbsvergleichen
- Kundenergründung und Argumentationsherleitung

### **Trainingsform:**

Theorie in Vortragsform mit hohem Praxisanteil in Form von Einzel- bzw. Kleingruppenarbeiten

### **Zeitraumen:**

7 Stunden

---

### **Die daily digital facts der agof**

Die Studie daily digital facts beinhaltet alle bisher bekannten Qualifizierungsdaten der agof Studien, Netto- und Brutto-Reichweiten, soziodemografische und psychografische Merkmale zur Nutzer- und Zielgruppenbeschreibung (Strukturdaten), Marktdaten (Konsum und Haushaltsausstattung) sowie allgemeine Daten zur digitalen Internetnutzung. Alle Informationen stehen außerdem im agof Auswertungs- und Planungsprogramm TOP zur Verfügung.

**Praxis Intensivseminar für Digitale Medienhäuser**  
**„Fallbeispiele und Best Practice Workshop zum**  
**Vermarktungsalltag mit TOP“**  
**(MA3)**

## **Agenda**

**10:00 bis 17:00 Uhr**

**1. Einführung**

**2. Grundfunktionen und Begriffe**

- Markt-Media-Studien im Vergleich

**3. Mediabegriffe**

- Bedeutung und Interpretation
- Besonderheit der jeweiligen Mediengattung

**4. Umgang mit Zählprogrammen**

- Erstellung von Kreuztabellierungen
- Aufbau von Rangreihen

**5. Portfolio Analyse**

- Darstellung von Verkaufs-Charts und Objektprofilen sowie wettbewerbsvergleichenden Darstellungen
- Kundenergründung und Argumentationsherleitung