

Digitale Mediaanalysen mit den Daten der agof – Level 1

"Zielgruppen, Märkte und Medien mit TOP modular auswerten"

(MA1)

Zielgruppe:

Mediaberater und Medienvermarkter, die noch keine oder nur geringe Kenntnisse im Umgang mit dem Auswertungs- und Planungsprogramm TOP Desktop / TOP modular bzw. den agof Studien haben. Interessierte und Einsteiger mit Grundkenntnissen, Sales Consultants, Markt-Mediaforscher, Mitarbeiter aus Anzeigen- und Cross-Mediaabteilungen.

Lernziele:

Nach dem Seminar können Sie grundlegende Auswertungen, wie z. B. Zielgruppen- und Merkmalsauswahl, Medienselektion, Reichweiten- und Strukturanalysen sowie Rankings nach Tausender-Kontakt-Preis durchführen und auf dieser Basis Argumentationen für die Vermarktung Ihrer Medienangebote ableiten sowie Darstellungen über die Zusammensetzung Ihrer Nutzerschaft oder der des Wettbewerbs erstellen.

Inhalte:

- Die agof und die Datenbasis
- Aufbau und Bedienung des Auswertungs- und Planungsprogramms TOP modular
- Media Basics FreshUp
- Bildung und Analyse von Zielgruppen mit ausgewählten Eigenschaftsmerkmalen
- Erstellung von Medienstrukturanalysen, Reichweiten Rankings, TKP Rangreihen
- Ermittlung von Nutzerpotenzialen, Exklusivnutzern und Überschneidungen

Trainingsform:

Mischung aus Theorie in Vortragsform und praktischer Anwendung durch die Teilnehmer direkt im Programm.

Zeitraumen:

7 Stunden

Das agof Auswertungs- und Planungsprogramm TOP modular

TOP modular ist das Auswertungs- und Planungsprogramm der agof. Die Seminare zur Digitalen Mediaplanung mit TOP modular zeigen mit einer Mischung aus Theorie und Praxis, wie sich das Programm effektiv im Planungs- und Vermarktungsalltag einsetzen lässt. Die Unterteilung in verschiedene Levels berücksichtigt die verschiedenen Erfahrungen im Umgang mit TOP modular und ermöglicht den potenziellen Teilnehmern eine wissensstandgerechte Auswahl des für sie passenden Seminars.

Die TOP modular-Seminare behandeln die Markt-Media-Studie daily digital facts der agof. Mit dieser werden die Reichweiten von stationären und mobilen Angeboten überschneidungsfrei abgebildet.

Digitale Mediaanalysen mit den Daten der agof – Level 1

"Zielgruppen, Märkte und Medien mit TOP modular auswerten"

(MA1)

Agenda:

10:00 bis 17:00 Uhr (in Hamburg geänderte Zeiten)

1. Kurz Einführung

- Mitglieder & Ziele der agof
- Die Messmethode – das Multi-Methoden-Modell

2. Grundfunktionen und Begriffe

- TOP Programmaufbau von TOP modular
- Basis-Mediabegriffe

3. Auswertungsoptionen (inklusive Praxisübungen aus Vermarktersicht)

- Tabellierung
- Medien-Strukturanalyse
- Rangreihe
- Externe Überschneidungen & Überschneidungskreise

4. Zusammenfassung & Abschluss