

Digitale Mediaanalysen mit den Daten der agof – Level 2 **„Vermarktungsargumente und Wettbewerbsvergleiche** **mit TOP erarbeiten“** **(MA2)**

Zielgruppe:

Mediaberater und Medienvermarkter, die bereits grundlegende und mindestens gute Kenntnisse im aktiven Umgang mit dem Auswertungs- und Planungsprogramm TOP sowie den agof Studien haben. Interessierte und Profis aus der Medienvermarktung, Sales Directors, Key Account Manager, Anzeigenleiter u.ä., die ihre Kenntnisse in der praktischen Ableitung und Darstellung von Argumentationen auf Basis der agof Studien praxisnah ausweiten wollen.

Lernziele:

Nach dem Seminar können Sie Argumente und Fakten für Objektpräsentationen, Verkaufsunterlagen, Kundenangebote oder Wettbewerbsvergleiche auf Basis der agof Studien zielsicher identifizieren sowie marktsicher und verkäuferisch darstellen. Dieses Seminar ergänzt die Kenntnisse aus dem TOP-Grundlagenseminar um die praktische, verkäuferische Komponente und zeigt anhand zahlreicher Fallbeispiele wie Charts griffig und lesbar werden und welche Quellenangaben nötig sind.

Inhalte:

- Die agof und die Datenbasis
- Kurzwiederholung: Erstellung von Tabellierungen, Rangreihen und Strukturanalysen
- Lesen und Beschreiben von TOP Auswertungen der daily digital facts
- Mithilfe der tagesaktuellen Daten, Vermarktungspotenziale optimal nutzen
- Findung von Objekteigenschaften, Ableitung von Verkaufsaussagen
- Best Practices / Fallbeispiele aus dem Markt
- Regeln für Darstellung und korrektes Zitieren
- Praxisübungen zur Charterstellung, Export von TOP Zählungen in Office Suiten

Trainingsform:

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

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.

Digitale Mediaanalysen mit den Daten der agof – Level 2

„Vermarktungsargumente und Wettbewerbsvergleiche mit TOP erarbeiten“

(MA2)

Agenda

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

1. Wiederholung Grundlagen

- Die agof und ihre Markt-Media-Studie daily digital facts
- Das Multimethoden-Modell
- TOP Grundfunktionen
- Media KPIs

2. Aufbau von Vermarktungs-Charts

- Fallbeispiele
- Konventionen zur Veröffentlichung
- Mit Hilfe von Strukturanalysen Argumente für das eigene Portfolio finden

3. Geschichten erzählen

- Storyfinder-Zählung
- Mit Hilfe von Rangreihen die Wettbewerbssituation erkennen und eigene Verkaufsargumente aufspüren
- Überschneidungsanalysen im eigenen Portfolio als auch im Wettbewerbsumfeld zur Argumentation nutzen

4. Praxisübung & Abschluss