

Ihre Ziele.

Wir stellen Ihren Workshop danach zusammen, welche Ziele Sie für Ihr Unternehmen erreichen möchten. In einem Vorgespräch wählen wir Ihre individuellen Workshop-Module aus.

Auch die Dauer des Workshops stimmen wir auf Ihre Anforderungen ab. Für 2-3 Teilnehmer reichen manchmal schon 2 x 1,5 Std. während Sie für mehr Teilnehmer bei einer komplexen Aufgabenstellung 2 x 2,5 Std. benötigen.

Gut vorbereitet.

Um den Workshop effektiv auf Ihre Unternehmensziele abzustimmen, haben wir einen Fragebogen entwickelt. Über eine Internetrecherche sammeln wir zusätzliche Informationen zu Ihrem Markt und Ihrer Konkurrenz. Damit sind wir bestens vorbereitet und können „Ihre Workshop-Inhalte“ optimal aufeinander abstimmen.

Erfolg durch Wissen.

Sie lernen neuste wissenschaftliche Erkenntnisse aus der Motivforschung kennen und erfahren, wie Sie daraus Vorteile im Wettbewerb ziehen.

Durch das sogenannte Neuromarketing wird das Kaufverhalten Ihrer Kunden verständlich und der Erfolg eigener Werbeaktivitäten kalkulierbar.

Firmentrainer.

Christian Schneider. Jahrgang 1958.

Werbekonzeptioner, Texter, Dipl.-Kommunikations-Designer, Kreativdirektion seit 1991, GF und Gesellschafter der VitaminS Marktstrategien + Kommunikation GbR seit 2001, Marketing-Coach bei der Investitionsbank Berlin seit 2003.

Daniela Stache. Jahrgang 1963.

Bankkauffrau, Dipl.-Designerin, Trainerin, Konzeption und Projektleitung für Internet-, E-Learning- u. Multimediaprojekte seit 1996, Inhaberin von VitaminS Marktstrategien + Kommunikation GbR seit 2001, Marketing-Coach bei der Investitionsbank Berlin seit 2003.

Workshoppreferenzen.

- Investitionsbank Berlin
- Business Angels Club Berlin
- VHS-Bildungswerk für Berlin und Brandenburg GmbH
- Senatsverwaltung für Stadtentwicklung
- Prodasafe GmbH
- hmp HEIDENHAIN-MICROPRINT GmbH u.v.a.

Kontaktdaten.

VitaminS Marktstrategien + Kommunikation GbR
10245 Berlin, Revaler Straße 11
fon 030/25 76 99 12 und fax 030/25 76 99 13
mail@vitamin-s.de
www.vitamin-s.de



Vitamin **S**

Workshop I

Werbestrategie für Unternehmen

Bequem. Vor Ort. In Ihrem Unternehmen.

Ihre Koordinaten.

Unsere Workshops richten sich an Unternehmen, die mehr über ihre Erfolgspotentiale erfahren möchten: Sie lernen Ihr Angebot aus der Sicht des Kunden kennen. Sie erfahren mehr über Kaufmotive und entdecken neue Potentiale im eigenen Angebot. Sie entwickeln eine erfolgreiche Werbestrategie und gewinnen Entscheidungssicherheit.

Mögliche Zielstellungen.

- Wie positionieren wir unser Unternehmen erfolgreich am Markt?
- Wie bewerben wir eine neue Zielgruppe? Wie passen wir unsere Angebotspräsentationen sich verändernden Märkten an?
- Welche Strategie ist die richtige für unsere kurzfristigen, mittelfristigen und langfristigen Kommunikationsziele?
- Mit welchen Werbemaßnahmen erreichen wir unsere Zielgruppe ohne Streuverluste?
- Wie gewinnen wir über eine Messe neue Kunden?
- Welche Werbestrategie verspricht Erfolg im Internet? Welche Rolle spielt unsere Website im Marketingmix?
- Mit welcher Idee kommt unsere Werbekampagne beim Kunden an?
- Welche Kaufmotive haben unsere Kunden? Besitzt unser Angebot ungenutzte Potentiale?
- Wie lautet der richtige Slogan für unsere Geschäftstätigkeit? Welchen Claim beansprucht unser Unternehmen?
- Wie binden wir potentielle Kunden an unser Unternehmen und was ist bei einer Kundenzeitung zu beachten?
- Welche Vorteile bringt uns ein einheitlicher Sprachstil in der Kommunikation und im Wettbewerb?

Handfeste Ergebnisse.

Auf Wunsch erstellen wir für Sie ein schriftliches Konzept: In einem Handbuch halten wir die Workshop-Ergebnisse fest und ergänzen diese um konkrete Vorschläge. Das ausgearbeitete Konzept dient als Basis eigener Werbeaktivitäten oder als Grundlage für Agenturbriefings.

Motivierte Teilnehmer.

Der Workshop „Small“ ist für ca. 2-3 Teilnehmer konzipiert. Die Workshops „Medium“ und „Large“ sind für 3-5 Teilnehmer geeignet.

Die besten Ergebnisse erzielen Sie, wenn Mitarbeiter aus den Bereichen Geschäftsführung, Marketing, Verkauf bzw. Vertrieb und Entwicklung bzw. Technik im Workshop vertreten sind.

Eine Pause von ca. 1 Std. teilt beide Workshopeinheiten. Die Teilnehmer haben so die Gelegenheit, das bisher Erarbeitete zu überdenken und im Anschluss Fragen zu stellen.

Die richtige Größe.

Small (2 x 1,5 Std.)

Für 2-3 Teilnehmer mit telefonischem Vorgespräch

Medium (2 x 2 Std.)

Für 3-5 Teilnehmer mit persönlichem Vorgespräch

Large (2 x 2,5 Std.)

Für 3-5 Teilnehmer bei komplexer Aufgabenstellung, mit persönlichem Vorgespräch