

B2B-Multi-Channel-Marketing: Kosten runter, Wirkung rauf

Wirkungsvolles Marketing im Industriemfeld ist keine Frage des Geldes. Mit strukturiertem Multi-Channel-Marketing erhöhen Sie den Werbedruck und reduzieren die Streuverluste. Außerdem schafft der Einsatz von Multi-Channel-Marketing neue Vertriebskontakte. Mit den Instrumenten des B2B-Multi-Channel-Marketings können Sie schnell und einfach den Erfolg Ihrer Marketinginvestitionen messen und bewerten.

Seminarziele

- Als Ergebnis dieses Seminars erhalten Sie
- ein **Baukastensystem** für Planung und Umsetzung von viralen Multi-Channel-Kampagnen Ihres Unternehmens,
 - individuell für Ihr Unternehmen erarbeitete, **stabile Prozesse** für die Realisierung von viralen Multi-Channel-Kampagnen,
 - **Steuerungsinstrumente** für Kampagnen,
 - ein **Kennzahlensystem mit Referenzwerten**, mit dem Sie den Erfolg Ihrer Kampagnen messen und bewerten können
 - eine **erprobte Methode**, die Sie auf alle anderen Kampagnen Ihres Unternehmens übertragen können.

Zielgruppe

- Unternehmen, die Produkte und / oder Dienstleistungen in **industrienahen Märkten** anbieten
- **Führungskräfte und Mitarbeiter** aus Agentur, Unternehmensberatung, Werbeabteilung, Marketing, Produktmanagement, Business Development, Produktentwicklung, Vertrieb, Anwendungsberatung, Service, IBS

Inhalte

- Sie lernen die **Methode zur Planung und Realisierung** von viralen Multi-Channel-Kampagnen anhand einer Beispielkampagne, die wir gemeinsam während des Seminars für Ihr Unternehmen entwickeln.
- Für die **Informationssammlung im Vorfeld** erhalten Sie aussagefähige Checklisten. Zusätzlich führen wir mit Ihnen strukturierte Interviews durch.
- Sie lernen eine Reihe von **aktuellen Good Practices** für Multi-Channel-Kampagnen aus dem B2B-Umfeld kennen.
- Gemeinsam erarbeiten wir die **Kampagnen-Map**, die den Fingerabdruck der gesamten Kampagne darstellt.
- Sie lernen einfache Instrumente zur **Wettbewerbsbeobachtung** im Internet und Kriterien für eine valide **Agenturauswahl** anzuwenden.
- In einem Hausaufgabenblock zwischen den beiden Seminartagen erarbeiten Sie mit den erlernten Werkzeugen wichtige Details.
- Am zweiten Seminartag erarbeiten wir gemeinsam den finalen **Kampagnenplan** und setzen die Werkzeuge für die **Kampagnensteuerung** auf.
- In jeder Phase unterstützen wir Sie selbstverständlich mit zielführenden Beispielen und Leitfäden.

Forschung
Beratung
Schulung

Ablauf

Die beiden Workshop-Tage finden in zwei aufeinanderfolgenden Wochen statt.

Vorbereitung (Rahmenbedingungen):

- Festlegung der Märkte, Zielgruppen und Rahmenbedingungen
- Sammlung und Bewertung Ihrer bereits durchgeführten oder schon geplanten Maßnahmen
- Aufnahme des Kaufentscheidungsprozesses und Identifikation eventueller Schwächen
- Evaluierung der Kundenanforderungen
- Wettbewerbsvergleich
- Input für die Kampagnen-Map (Reason Why, Merkmal-Vorteil-Nutzen, Charakter, Kernkompetenz, Themen, Anlässe)

1. Tag (Grobplanung):

- Vorstellung von Good Practices für Multi-Channel-Marketing aus der Industrie (Zielgruppen, Maßnahmen, Ergebnis, Kennzahlen)
- Instrument der Kampagnenplanung und -steuerung
- Definition der Kennzahlen und der Messinstrumente
- Argumentation und Positionierung im Vergleich zum Wettbewerb
- Festlegung der Kampagnen-Map
- Ideenfindung für Themen, Anlässe, Multi-Channel-Maßnahmen
- Erarbeitung des groben Kampagnenplans
- Erstellung der Briefingunterlagen

Hausaufgaben (Praxisübungen):

- Wettbewerbsbeobachtung
- Themen, Anlässe und Maßnahmen
- Agenturauswahl
- Social-Media-Monitoring
- Verfeinerung des Kampagnenplans

2. Tag (finale Detailplanung):

- Erarbeitung des finalen Kampagnenplans
- Definition der Kennzahlen anhand von Benchmarks

- Festlegung der individuellen Prozesse
- Setup der Tools zur Durchführung und Steuerung von Multi-Channel-Kampagnen

Ihr Nutzen

Die Beherrschung der Instrumente des Multi-Channel-Marketings bringt Ihnen

- **starken Werbedruck** in Ihrer Zielgruppe,
- **Kosteneinsparung** bei Produktion und Distribution,
- **hohe Responsequoten** bei Mailings,
- **Integration** von Marketing und Vertrieb,
- **neue Vertriebskontakte**,
- Ansprache verschiedenster Zielgruppen mit **individuellen Botschaften**,
- die **sofortige Anwendbarkeit** der Methode auf andere Themen (Messe, Verkaufsförderung, Branding, usw.).

Bonus

Bei der Nutzung des IFOM-Supports auf der IFOM-Website werden die Fragen von Seminarteilnehmern bevorzugt beantwortet.

Preis

4.450,- € (zzgl. MwSt.) bei einer Gruppengröße von maximal zwölf Teilnehmern

Die Teilnahmegebühr für das Inhouse-Seminar beinhaltet Seminarunterlagen in Form von Handbüchern, Leitfäden, Prozessbeschreibungen und QS-Protokollen.

Anfrage / Buchung

Bei Interesse an diesem Inhouse-Seminar wenden sich bitte an

Martina Rabenbauer

IFOM – Institut für Online-Markenführung
Fon 0911 9792008-50
Fax 0911 9792008-59
martina.rabenbauer@i-fom.de
www.i-fom.de