

Basiswissen in 4 Halbtages- bzw. 2 Tagesseminaren:

Block 1: Grundlagen

- Die Mediasituation in Österreich
- Grundbegriffe (GRP, NRW, Rating, OTS, ...)
- Ökonomieorientierte Mediaplanung
 - Grundsätze und Abläufe
 - Accountability & Effizienz
- Übersicht der Mediastudien in Österreich
 - Media-Analyse
 - CAWI Print
 - LAE
 - Radiotest
 - Teletest
 - Österreichische Web Analyse (ÖWA)
 - Ambient Meter
 - OSA (Outdoor Server Austria)

Block 2: Abläufe der Mediaplanung

- Recency Planning oder „Vom Nutzen der Kontinuität“
- Die Werkzeuge der Mediaplaner
 - Kreuztabellen
 - Rangreihen
 - Pläne
 - ÖAK-Zahlen
- Ausgewählte Medien in der Media-Analyse, CAWI Print & weiteren Studien
 - konkrete Analysen
 - Argumentationstraining

Basiswissen in 4 Halbtages- bzw. 2 Tagesseminaren:

Block 3: Werbewirkungsfragen

- Medialeistung versus Werbewirkung
 - Gemeinsamkeiten und Unterschiede
 - Messpunkte
- Einflussfaktoren der Werbewirkung
 - Umfeld, Produktinteresse, Werbeaufgeschlossenheit
 - Erkenntnisse aus Werbewirkungsstudien
- Wie wirken Anzeigen/Spots?
 - Erkenntnisse aus 25 Jahren Copytest-Forschung
 - Visual Transfer

Block 4: Media-Planungs-Beispiel

- Eine konkrete Planung zur Lösung eines gerade aktuellen Problems
- Aufgabenstellung und Diskussion
- Zählungen und Analysen
 - Zielgruppenbestimmung
 - Rangreihen
 - Planvarianten
- Umsetzung in Präsentationen
- Präsentationsvorbereitung & Durchführung
- Ausführliches Feedback

Kosten

- 4 Halbtage oder 2 Tage: € 1.800,-
- bis zu 12 Teilnehmer möglich im TMC Büro Wien
- In den Bundesländern möglich, plus Spesen