



Virtual Classroom

Kampagnenmanagement kompakt In 7 Schritten zur erfolgreichen Marketingkampagne

Kampagnenmanagement gewinnt für die individuelle Kundenbearbeitung eine immer größere Bedeutung. Die Effizienzsteigerung im Kunden- und Leadbearbeitungsprozess durch Anwendung von digitalen und analogen Marketinginstrumenten steht daher im Vordergrund dieses Seminars. Sie lernen, Kampagnen systematisch zu planen und erfolgreich umzusetzen: von der Marktanalyse über die Zielgruppendefinition bis zur gezielten Kundenansprache mit dem passenden Kommunikationsmix. Durch Bearbeitung von Best-Practice-Beispielen erfahren Sie, in welchen Einsatzgebieten Kampagnen besonders Erfolg versprechend sind.

Buchungsnummer

31736

Lerndauer

5 x 3 Stunden
(ideal: 5 Werktage am Stück)

Preis

Individuell auf Anfrage

Lernziele

- ✓ Sie erhalten einen Überblick über die wichtigsten Prozesse des Kampagnenmanagements, das analytische Customer-Relation-Management im Kampagnenmanagement und Kampagnencontrolling.
- ✓ Sie lernen, welche Instrumente und Tools in welchen Bereichen Ihr Kampagnenmanagement äußerst effektiv gestalten.
- ✓ Sie lernen moderne, innovative Ansätze sowie Methoden für Ihre Kampagnen kennen und können diese direkt im Anschluss in Ihrer Unternehmenspraxis umsetzen.
- ✓ Sie erfahren anhand von praxisorientierten Fallstudien und Business Cases, in welchen Einsatzgebieten die Anwendung dieser Techniken besonders lohnenswert ist.
- ✓ Sie lernen Kennzahlen und Instrumente kennen, um den Erfolg Ihrer Kampagnen zu messen.
- ✓ Sie erhalten Checklisten und Handlungsempfehlungen für Ihren Praxisalltag. Sie erhalten wertvolle Tipps und Einschätzungen für Ihre eigenen Veranstaltungen.

Inhalte

Zielgruppen definieren und gezielt ansprechen

- Definition der Zielgruppen
- Kommunikationsziele und Kundentypologien
- Content-Management zur idealen und individuellen Zielgruppenansprache
- kommunikatives und mediales Nutzungsverhalten der relevanten Zielgruppen

Kampagnen gestalten (B2B & B2C)

- Visualisierung und Optimierung des Marketingprozesses
- Konzeption: Strategie-Briefing, Copy, Media, Gestaltung
- Realisierung: Media-Planung (online/offline), Fulfillment und Follow-up, Prozessabläufe und Gestaltung, Detailsteuerung, Synchronisation, Crossmedia
- Instrumente: USP, CRM, Facebook, kritische Erfolgsfaktoren, Contact-Cycle & Co
- Zusammenarbeit von Marketing, Vertrieb und Agenturen: effektiver Einsatz aller Beteiligten und die optimale Einbindung in die Unternehmensstruktur

Budgetierung und Erfolgsmessung

- Evaluierung: Planzahlen, Budgetierung, Erfolgskontrolle, Response-Messung off- und online, Benchmarking, Optimierung

Praxiswerkstatt:

Diskussion und Optimierung von Praxisfällen der Teilnehmer

Hinweis zu Ihrer persönlichen Lernumgebung:
In Ihrer Online-Lernumgebung finden Sie nach Ihrer Anmeldung nützliche Informationen, Downloads und Extra-Services zu dieser Qualifizierungsmaßnahme.

