

Seminar

Werbetexten Pro: Schreibwerkstatt „Story Telling“



Schreiben Sie gute Geschichten, die verführen

27./28. Mai 2008 in Starnberg bei München

16./17. Juni 2008 in Frankfurt

Ihr Trainer:

Dr. phil. Albert Heiser

Freier Werbetexter, Creative Director, Autor und Hochschuldozent

„Sehr interessant und inspirierend!“

Ute Kaiser, Dick GmbH



Gerne informieren wir Sie über unser Seminar

Werbetexten Pro: Schreibwerkstatt „Story Telling“

Schreiben Sie gute Geschichten, die verführen

Sie verfassen, redigieren oder verantworten Werbetexte: Anzeigen, Plakate, Kataloge, Flyer und Briefe. Wissen Sie, warum eine Geschichte mit Tiefgang und Unterhaltungswert zum Weiterlesen verführt? Möchten Sie eine gute Story um Ihr Produkt schreiben können? Eine Story, die den Leser beim Problem abholt und ihn auf dem spannendsten Weg zum zentralen Versprechen und zur Lösung führt?

Erfahren Sie, warum Sie eine gute Story als zentrales Qualitätskriterium für jeden Werbetext heranziehen sollten. Wenden Sie in unserer Schreibwerkstatt „Story Telling“ die Bausteine guter Stories im Werbetext an, und lernen Sie Ihre Leser zu verführen. Überprüfen Sie Ihren eigenen Stil und gehen Sie mit neu konzipierten und angeschriebenen Texten nach Hause. Überprüfen und verbessern Sie den Text eines Werbemittels, bevor es mit viel Geld auf den Markt geschickt wird. Sie arbeiten an bestehenden eigenen Texten und an einer konkreten neuen Aufgabenstellung Ihres Unternehmens. Texten Sie an einer richtig guten Geschichte für Ihr eigenes Produkt. Denn nichts lässt Ihren Leser mehr aufhorchen als eine richtig gute Geschichte.

Melden Sie sich gleich an, die Teilnehmerzahl ist auf maximal 12 Personen begrenzt. Wir freuen uns auf Ihr Kommen.

Herzlichen Gruß

Florian Lex
Geschäftsführer



Diese Vorteile garantieren Ihnen

ein hochwertiges Seminar:

- Ein Texter-Profi mit langjähriger Seminar-Erfahrung als Ihr Trainer
- Analyse und Optimierung Ihres eingebrachten Textbeispiels
- Üben, üben, üben - an der Story Ihres eigenen Produkts
- Kleine Gruppen durch Begrenzung der Teilnehmerzahl auf maximal 12 Personen

Programm

Ihr Seminarprogramm

1. SEMINARTAG

Beurteilungskriterien guter Texte

- Die Selling Story: Ist eine Story vorhanden und was verspricht sie?
- Story-Beispiele für Kataloge, Briefe, Flyer und Broschüren
- Headlines: Qualitätsniveau, Einzigartigkeit des Versprechens und Aufmerksamkeitsstärke
- Textstruktur: Werden alle Strukturmerkmale des Textes eingesetzt?
- Argumentativer Aufbau: Ist der Aufbau überzeugend und wirkungsvoll?
- Schreibstil: Ist ein Stil erkennbar und welche Stilmerkmale sind vorhanden?
- Tonalität: Welcher Tonfall wurde gewählt und wie wurde er durchgehalten?
- Idee: Folgt der Text einer gestalterischen Idee? Gibt es eine Textperspektive?

Analyse der eingereichten Textbeispiele im Team und Verbesserungsvorschläge

Übung: Überarbeitung des eigenen Textbeispiels nach den neuen Vorgaben

- Von der Beschreibung zur Erzählung
- Präsentation der überarbeiteten Textbeispiele

Kreativ Briefing für die neue eigene Aufgabenstellung

- Vorstellung der Briefings
- Konkretisierung der Versprechen
- Definition der Tonalität

Kreativtechnik zur Ideenfindung: Creative Game „Bild-Synektik“

- Vorstellung der Methode

Übung: Anwendung der Methode auf die eigene Aufgabenstellung. Präsentation der Konzeptideen

Konzeptionelle Rahmenbedingungen für das Erstellen von Texten

- Wann und warum Texte gelesen werden
- Textelemente und Textgestaltung
- Lesewiderstände beseitigen
- Dramatischer Aufbau von Kurz- und Langtexten

Kreativtechnik für Headlines oder Slogans: Creative Game „Reizwortanalyse“

- Vorstellung der Methode

Übung: Anwendung der Methode auf die eigene Aufgabenstellung. Präsentation der Headlines. Einordnung der Headlines in die Konzeption.

Am Abend des ersten Seminartages lädt market&more Teilnehmer und Trainer zum Sektempfang ein. Eine besondere Gelegenheit für Diskussionen und Kontakte im geselligen Rahmen.

Programm

Ihr Seminarprogramm

2. SEMINARTAG

Ausbau der Konzeption und konkrete Textstruktur für die individuelle Aufgabenstellung

- Weiterentwicklung und Ausbau einer Kampagne
- Struktureller Aufbau des Werbemittels
- Wie bauen Sie Einstieg, Mittelteil und Ende des Textes konkret auf?

Kreativtechnik zum Schreiben von Selling Stories: Creative Game StorySynektik

- Vorstellung der Methode

Übung: Schreiben Sie den Einstieg für Ihre eigene Aufgabenstellung. Präsentation der Texte.

Eine Story sagt mehr als 1000 Bilder

- Wie Sie emotionale und packende Geschichten für Produkte und Dienstleistungen schreiben
- Der Aufbau einer guten Story, die verkauft
- Weshalb die Erzählung besser verkauft als die Beschreibung
- Aufbau der Argumente

Übung: Schreiben Sie den Mittelteil der Story für Ihre eigene Aufgabenstellung. Präsentation der Texte

Übung: Schreiben Sie das Ende Ihrer Story. Präsentation der Texte

Wie Unternehmen ihre Sprache wieder finden: Corporate Copy

- Von der Corporate Identity zu neuen Unternehmenstexten – die Corporate Copy
- Der Moderationsleitfaden mit dem Sie die neue Unternehmenssprache finden und definieren

Abschlussdiskussion und Happy End

Methodik: In der Schreibwerkstatt arbeiten Sie zunächst an Ihren eigenen Texten. Sie überprüfen Ihren Stil und überarbeiten eigene Texte. Dafür reichen Sie vorab Beispiele ein. Diese werden vom Trainer und den Teilnehmenden an der Werkstatt analysiert.

Darüber hinaus schreiben und entwickeln Sie für ein konkretes, neues Projekt aus Ihrem Unternehmen. Die detaillierte Aufgabenstellung reichen Sie bitte in Form eines Kreativ Briefings vorab ein. Das Briefing-Formular geht Ihnen automatisch mit der Anmeldebestätigung zu.

Zeitraumen:

1. Tag:

- 08.30 Uhr: Öffnung des Seminar-Counters
- 09.30 Uhr: Beginn der Veranstaltung
- 13.00 Uhr: Gemeinsames Mittagessen
- 18.00 Uhr: Ende des ersten Seminartages
- 18.15 Uhr: Sektempfang

2. Tag:

- 09.00 Uhr: Beginn des Seminartages
- 13.00 Uhr: Gemeinsames Mittagessen
- 17.00 Uhr: Ende der Veranstaltung

Ihr Trainer:



Dr. phil. Albert Heiser, ist freier Werbetexter, Creative Director und Dozent an der Universität der Künste sowie an der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft, Berlin. Darüber hinaus ist er als Autor tätig. Er verfügt über langjährige Erfahrung als Texter und Creative Director in namhaften Werbeagenturen wie z. B. Ogilvy&Mather (Kunden z. B. American Express, Unilever und Deutsche Bundesbank), Saatchi&Saatchi (Kunden z. B. Microsoft, Pirelli und Jacobs Kaffee) oder Dorland/Grey (Kunden z. B.

Honda, Sony, Volvo und E-Plus). Seit vielen Jahren hält er Seminare zu Themen wie Textgestaltung, Grafik-Design und Werbefilm-Konzeption und -Produktion.

Albert Heiser erhielt zahlreiche Auszeichnungen für seine Arbeiten, u. a. wurde einer seiner Filme als „Bester Unternehmensfilm“ auf dem New York Film Festival ausgezeichnet. Diverse Werke erhielten die „Goldene Pyramide“ verliehen, u. a. 2001 Beiträge für seine Kunden „Grüne Woche“ und BEWAG/Vatzenfall.

Inhouse-Training:

Oder interessieren Sie sich für eine maßgeschneiderte Gestaltung des Themas „Werbetexten Pro: Schreibwerkstatt „Story Telling“ für Ihr Unternehmen? Gerne beraten wir Sie über die Möglichkeiten einer firmeninternen Schulung. Sie bestimmen die Schwerpunkte – wir entwickeln das Seminar, zugeschnitten auf Ihre Anforderungen. Ihre Fragestellungen werden in das Training einbezogen. Kontaktieren Sie uns, wir unterbreiten Ihnen gerne ein Angebot: Tel. 089/76 75 71-0 oder E-Mail: info@market-and-more.de.

Werbetexten Basics

Oder möchten Sie sich, bevor Sie sich in die „Schreibwerkstatt“ stürzen, mit den Grundlagen des Textens vertraut machen? Mit der Frage, warum Werbetexte wirken und was Sie dazu tun können, dass Ihre Texte verkaufen? Dann informieren Sie sich über unser Seminar „Werbetexten Basics“ am 19./20. November 2008 in Starnberg bei München 8./9. Dezember 2008 in Hamburg.

Werbetexten Pro: Schreibwerkstatt „Story Telling“

Schreiben Sie gute Geschichten, die verführen

Zielgruppen:

- Vorstände, Geschäftsführer und Führungskräfte von Unternehmen aus Industrie, Dienstleistung und Handel
- Führungskräfte aus Marketing und Vertrieb, speziell Produktmanagement, Direktmarketing, Kundenservice, CRM, Werbung, PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Key Account Management, Neue Medien
- Mitarbeiter aus PR-, Marketing- und Werbeagenturen sowie aus Unternehmensberatungen
- Alle Personen mit gewisser und größerer Erfahrung im Verfassen, Redigieren oder Beurteilen von Texten
- Alle Personen mit gewisser und größerer Erfahrung in der Fragestellung, wann und wie ihr Text eine gewünschte Wirkung erzielt

Termine und Veranstaltungsorte:

27./28. Mai 2008 in Starnberg bei München

Hotel Vier Jahreszeiten Starnberg

Münchner Str. 17

82319 Starnberg

Telefon: 08151/44 70-0

Telefax: 08151/44 70-161

16./17. Juni 2008 in Frankfurt

Innside Premium Hotels Frankfurt-Niederrad

Herriotstrasse 2

60528 Frankfurt am Main

Telefon: 069/677 32-0

Telefax: 069/677 32-222

Zimmerreservierung:

Für die Teilnehmer der Veranstaltung stehen in den Tagungshotels begrenzte Zimmerkontingente zur Verfügung, für die bis 4 Wochen vor Veranstaltung ermäßigte Preise garantiert werden können: im Hotel Vier Jahreszeiten Starnberg zu 135,- € inkl. Frühstück, im Innside Premium Hotels Frankfurt-Niederrad zu 130,- € inkl. Frühstück. Bitte nehmen Sie die Buchungen direkt im Hotel unter Berufung auf market&more vor.

Der Veranstalter:



market&more – Forum für Wissen in Marketing und Vertrieb GmbH steht für:
Durchführung von qualitativ hochwertigen Seminaren, Konferenzen und
Inhouse-Schulungen zu aktuellen Themen in Marketing und Vertrieb.

Teilnahmebedingungen:

Die Teilnahmegebühr für die zweitägige Veranstaltung beträgt 1.690,- € zzgl. 19% MwSt. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an einer Veranstaltung teilnehmen, wird ab dem dritten Teilnehmer ein Preisnachlass von 15% gewährt. Die Teilnahmegebühr beinhaltet Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränke. Sie ist nach Erhalt der Rechnung fällig und spätestens 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn zu entrichten. Die Teilnahme an der Veranstaltung setzt Rechnungsausgleich voraus. Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr von 75,- € zzgl. 19% MwSt. erhoben, wenn die Absage spätestens vier Wochen vor Veranstaltungsbeginn schriftlich bei market&more eingeht. Bei Nichterscheinen bzw. einer verspäteten Absage wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers ist möglich. Aus wichtigem Grund kann ein Seminar gegen volle Erstattung bereits gezahlter Gebühren abgesagt werden. Bitte sehen Sie unsere vollständigen AGB unter www.market-and-more.de.

So melden Sie sich an:



089/76 75 71-0



089/76 75 71-22



anmeldung@market-and-more.de

market&more • Dreimühlenstraße 35 • D-80469 München



www.market-and-more.de

Werbetexten Pro: Schreibwerkstatt „Story Telling“

Schreiben Sie gute Geschichten, die verführen

Fax: 089/76 75 71-22



Ja, ich melde mich für das Seminar an:

27./28. Mai 2008 in Starnberg bei München

16./17. Juni 2008 in Frankfurt

zum Preis von 1.690,- € zzgl. 19% MwSt.

market&more

Forum für Wissen in Marketing

und Vertrieb GmbH

Herrn Daniel Eymer

Dreimühlenstraße 35

D-80469 München

1. Person Name Vorname Position

2. Person Name Vorname Position

Firma Beschäftigte

Str., Hausnr.

PLZ, Ort

Tel. Fax

E-Mail

Datum / Unterschrift