

Seminar

Wahrnehmung und Wirkung von Werbung



*Wirkungschancen von Werbemitteln und
Konsequenzen für deren Gestaltung*

30. Juni 2009 bei München

27. November 2009 in Hamburg

Der Referent:

Dr. Ulrich Lachmann,
Werbeforscher, -berater und Hochschuldozent

„Lachmann ist ein Erlebnis: Altersweisheit gepaart mit überschäumendem Enthusiasmus für sein Thema. Er hat uns die Grundlagen der Wahrnehmung regelrecht eingehämmert.“

Michael Noack, XEROX Zentrum Dresden



Gerne informieren wir Sie über unser aktuelles Seminar

Wahrnehmung und Wirkung von Werbung Wirkungschancen von Werbemitteln und Konsequenzen für deren Gestaltung

Ihre Werbung ist eine Investition, deshalb sollte sie wahrgenommen werden und wirken. Die Flut an Informationen macht es jedoch immer schwieriger, die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden und Zielgruppen zu gewinnen. Denn Reizüberflutung führt zur Selektion von Reizen. Und Wahrnehmung wird somit zum entscheidenden Nadelöhr für die Wirkung Ihrer Werbung.

Informieren Sie sich auf unserem eintägigen Seminar darüber, wie Werbung von Empfängern wahrgenommen wird und wie sie wirkt, und was das für die gestalterische Umsetzung Ihrer Kampagnen bedeutet. Beschäftigen Sie sich damit, welche Konsequenzen das „Low Involvement“ der meisten Zielgruppen für eine erfolgreiche Kommunikation hat. Lernen Sie Wahrnehmungs-Hindernisse kennen, die letztendlich die Wirkung großartiger kommunikativer Ideen beeinträchtigen.

Melden Sie sich gleich an, die Teilnehmerzahl ist auf maximal 15 Personen begrenzt.

Wir freuen uns auf Ihr Kommen.

Herzlichen Gruß

Florian Lex
Geschäftsführer



Diese Vorteile garantieren Ihnen

ein hochwertiges Seminar:

- Ein erfahrener Experte, Dozent und Buchautor als Ihr Trainer
- Analyse und Optimierung Ihrer eigenen eingebrachten Werbemittel in Hinblick auf Wahrnehmungsmodelle
- Interessante Kontakte und Diskussionen auch am Rande der Veranstaltung
- Ein Gratisexemplar des Buches „Wahrnehmung und Gestaltung von Werbung“ von Dr. Ulrich Lachmann für Sie als Teilnehmer
- Kleine Gruppen durch Begrenzung der Teilnehmerzahl auf maximal 15 Personen

Programm

Ihr Seminarprogramm

Theorie und Praxis: Modelle der Wahrnehmung

- Der Information Overload
- Aufmerksamkeit und Wahrnehmung
- Zentrale und periphere Reizverarbeitung
- Erkenntnisse über unterschwellig gesetzte Stimuli
- Das Involvement-Modell
- Das Hemisphären-Modell
- Das Drei-Speicher-Modell

Bedeutung der Wahrnehmung für Werbe-Entscheidungen

- Der Wert der Vorprägung
- Weitere Ziele der Werbung

Die vier Wahrnehmungs-Strategien

- Unterschiedliche Zielgruppen: interessierte vs. nicht interessierte
- Unterschiedliche Vorgehensweisen: aggressive vs. defensive
- Beschreibung der Strategien
- Aufgaben der Strategien
- Kritische Wirkungsfaktoren

Unser Angebot an Sie: bringen Sie eigene Werbemittel zur Beurteilung mit.

Ihr Seminarprogramm

Wahrnehmung von Werbung und Gestaltungskonzepte bei „Low Involvement“

- Grundsätzliche Gestaltung von Werbemitteln
- Die drei „K“: Kontrast - Konsistenz - Klarheit
- Kontaktfrequenz
- Spezifische Hinweise zur Gestaltung von Anzeigen und TV-Spots

Wahrnehmung von Werbung und Gestaltungskonzepte bei „High Involvement“

- Selektionstechniken
- Internet: Banner und Pages
- Prospekte und Kataloge: Kommunikations-Hierarchien und Glaubwürdigkeit

Notwendigkeiten und Grenzen des Pretesting

- Pretests in Hinblick auf Wahrnehmung und Wirkung
- Pretests in Hinblick auf Idee und Botschaft
- Neuromarketing: ein Weg?

Besprechung und Analyse mitgebrachter Werbemittel

Methodik: Präsentationen des Referenten und Übungen finden in Abwechslung statt. Von Teilnehmern mitgebrachte Werbemittel werden auf ihre Wahrnehmungs- und Wirkungschancen hin analysiert.

Zeitrahmen:

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

Ihr Referent:



Dr. Ulrich Lachmann, Werbeforscher, -berater und Hochschuldozent, war langjähriger Leiter der Marktforschung bei Philips Deutschland und ist seit 1991 selbstständiger Werbeberater und Dozent. In Fragen der Werbegestaltung und -forschung berät er Unternehmen der Branchen Pharma, Automobil, Telekommunikation, Kosmetik, Energie, Einzel- und Großhandel, Messe, Kreditwesen sowie Werbeagenturen. Kunden sind etwa Merck Pharma, Beiersdorf oder T-Systems.

Zudem ist Dr. Ulrich Lachmann für Universitäten, Hochschulen und private Akademien, etwa die FU Berlin, die Hochschule St. Gallen, die Wirtschaftsuniversität Wien, die Steinbeis-Hochschule Berlin sowie die Universität Hannover als Dozent zum Thema Wahrnehmung von Werbung und Gestaltungskonsequenzen tätig.

Dr. Lachmann ist schließlich Autor des Buches „Wahrnehmung und Gestaltung von Werbung“, das mittlerweile in dritter Auflage vorliegt.

„Durchschnittliche Bewertung des Referenten durch alle bisherigen Teilnehmer: 1,2!“

„...war das Seminar ein Volltreffer. Spannend. Unterhaltsam. Witzig. Informativ. Anschaulich. Inspirativ. Ich bin mir sicher, dass alle Teilnehmer sich wichtige Anregungen für ihre tägliche Arbeit mitnehmen konnten. Dr. Lachmann sensibilisierte uns während des Seminars für die vielen scheinbar „kleinen Dinge“, die aber in ihrer Wirkung auf den Empfänger der Werbung ganz entscheidend sind.“
Holm Krause, Hilton Dresden

Inhouse-Training:

Oder interessieren Sie sich für eine maßgeschneiderte Gestaltung des Seminars für Ihr Unternehmen? Gerne beraten wir Sie über die Möglichkeiten eines firmeninternen Trainings. Sie bestimmen die Schwerpunkte – wir entwickeln das Seminar, speziell zugeschnitten auf Ihre Anforderungen. Kontaktieren Sie uns, wir unterbreiten Ihnen gerne ein Angebot: Tel. 089/76 75 71-0 oder E-Mail: info@market-and-more.de.


Wahrnehmung und Wirkung von Werbung

Wirkungschancen von Werbemitteln und Konsequenzen für deren Gestaltung

Zielgruppen:

- Vorstände, Geschäftsführer und Führungskräfte von Unternehmen aus Industrie, Dienstleistung und Handel
- Führungskräfte aus Marketing und Vertrieb, speziell Werbung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Unternehmenskommunikation, Produktmanagement, Media-Planung, Direktmarketing, Marktforschung, Marketing Services
- Führende Mitarbeiter aus PR-, Media-, Marketing- und Werbeagenturen sowie aus Unternehmensberatungen
- Alle Führungskräfte, die über Kampagnen-Vorschläge entscheiden, die Werbebudgets verantworten bzw. beurteilen

Termine und Veranstaltungsorte:

	30. Juni 2009 bei München Holiday Inn München-Unterhaching Inselkammerstr. 7-9 82008 Unterhaching Telefon: 089/666 91-0 Telefax: 089/666 91-600		27. November 2009 in Hamburg Lindner Park-Hotel Hagenbeck Hagenbeckstraße 150 22527 Hamburg Telefon: 040/30 70 67-0 Telefax: 040/30 70 67-654
--	---	--	---

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 Holiday Inn München-Unterhaching zu 117,- € inkl. Frühstück, im Lindner Park-Hotel Hagenbeck zu 134,- € 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 eintägige Veranstaltung beträgt 1.090,- € 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. 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

Wahrnehmung und Wirkung von Werbung

Wirkungschancen von Werbemitteln und

Konsequenzen für deren Gestaltung

Ja, ich melde mich für das Seminar an:

30. Juni 2009 bei München

27. November 2009 in Hamburg

zum Preis von 1.090,- € zzgl. 19 % MwSt.

market&more

Forum für Wissen in Marketing

und Vertrieb GmbH

Herrn Daniel Eymer

Dreimühlenstraße 35

D-80469 München

Fax: 089/76 75 71-22

1. Person Name Vorname Position

2. Person Name Vorname Position

Firma Beschäftigte

Str., Hausnr.

PLZ, Ort

Tel. Fax

E-Mail

Datum / Unterschrift

Unsere AGB finden Sie unter www.market-and-more.de