



# WIRKSAME WERBUNG

## Werbung wirkt ... aber wie?

- Werbung effektiv umsetzen.
- Erhöhen Sie Ihre Werbeerfolge.
- Verankern Sie Werbebotschaften in den Köpfen Ihrer Kunden.
- Wie Sie systematisch Werbung analysieren und für die erfolgreiche Gestaltung und Umsetzung eigener messbarer Werbeerfolge nutzen.
- Nutzen Sie die psychologischen Prozesse der Werbewirkung.

## Termine Frankfurt/Main

### 2021:

- 17.06. - 18.06.
- 25.11. - 26.11.

inklusive  
**PRAXISBUCH  
ZUM SEMINAR**

hoher  
**PRAXIS-  
BEZUG**

inklusive  
**TEILNAHME-  
ZERTIFIKAT**

Konform  
mit Hygiene-  
Richtlinien  
**KLEIN-  
GRUPPEN**

infomarketing

Die Gesellschaft für Informationsanalyse  
und Marketingberatung



**Q1: Werbung im Marketingprozess**

Omnipotenz oder Wirkungslosigkeit der Werbung?

Welchen Einfluss hat die Werbepsychologie auf den Marketing- und Erlebnismix? Wie wirkt Werbung? Wo wirkt Werbung?

**Q2: Psychologische Grundlagen**

Grundlagen der Wahrnehmungsstrukturen: (Verzerrung, Aufmerksamkeit, Voreinstellung) Was haben Emotion, Neugier, Involvement, Gewohnheit, Einstellung und Verhaltensmuster mit der Gestaltung Ihrer Werbung zu tun?

## Nachmittag

**Q3: Markenerne & Konzeptentwicklung**

Werbewirkungsmessung im Prozess der Werbeentwicklung - vom Konzept zur Kaufhandlung: Ideengenerierung: Was bedeuten Markenerne, Markenpersönlichkeit und Voreinstellung für den Erfolg des Konzepts? Wie Sie Ihre Planung mit Assoziationsaufzeichnungen, kognitiven Bewertungen und Urteilstests optimieren können.

**Q4: Werbekontakt & Aufmerksamkeit optimieren**

Erreicht die Botschaft die Zielgruppe? Ist sie deutlich? Welche Pretests sollten vor der Kampagne durchgeführt werden? Wie Sie Ihr Online-Marketing und Webauftritte optimieren können. Wie Sie aufmerksamkeitsstarke Werbung erzeugen.

**BERGFEST**

infomarketing  
lädt Sie zu einem  
entspannten  
Ausklang des  
ersten Seminar-  
tags ein

**Unternehmensprofil der infomarketing GmbH:**

Effizientes Marketing braucht beste Informationen! Ohne die richtigen Informationen kann man im Marketing kaum erfolgreich sein. Deshalb hat sich infomarketing auf intelligente Problemlösungen rund um die Information spezialisiert. Die Kernkompetenz von infomarketing ist das systematische Analysieren und Bewerten von Daten sowie die Bereitstellung von entscheidungsrelevanten Informationen.

**Kontakt Daten**

infomarketing GmbH  
Gesellschaft für Informations-  
analyse und Marketingberatung

Am Dornbusch 5  
60320 Frankfurt am Main  
Telefon: (069) 46 99 80 00  
Telefax: (069) 46 99 80 09

Geschäftsführer:  
Prof. h.c. (P.R. of China)  
Dietmar Pfaff

Mail: [dp@infomarketing.de](mailto:dp@infomarketing.de)  
Web: [www.infomarketing.de](http://www.infomarketing.de)

Anmeldungen zum Seminar  
nehmen wir gerne auch telefonisch  
oder via E-Mail entgegen.

**Prof. h.c. (P.R. of China) Dietmar Pfaff**

- Geschäftsführender Inhaber der infomarketing GmbH
- seit 2009 Ehrenprofessur in China für internationales Marketing in den Hochschulen Hangzhou, Weifang, und Shanghai
- seit 2004 Dozent für Medienwirtschaft an der Rheinischen Fachhochschule Köln (Professor von März 2005 bis August 2006)
- 10 Jahre Lehrbeauftragter für Marketing an der Fachhochschule Gießen-Friedberg
- 15 Jahre Seminarleiter und Trainer
- 15 Jahre IHK-Referent und Prüfer für Marketing und Unternehmensführung
- 30 Jahre Marketing- und Marktforschungspraxis



### Q5: Werbeverständnisses & Einstellungsänderung erreichen

Wird der Kern der Botschaft vermittelt und geglaubt? Wie kann dies optimiert werden? Wie ist Neuromarketing zu beurteilen? Implizite Einstellungstests zu Marke, Produkt und Werbegestaltung. Erhöhen sie das Verständnis Ihrer Werbebotschaft!

### Q6: Verhalten steuern & Kaufbereitschaft erhöhen

Wird die Botschaft behalten und gekauft? Welche Reaktionsmaße werden für welche Werbeformen eingesetzt? Wie lässt sich das Kaufverhalten gezielt ansprechen? Was verraten Ihnen Markteinführungstests? Wie optimieren Sie die Resultate?

### Q7: Werbewirkungsmodelle in Kampagnen berücksichtigen

Neuere Ergebnisse der Werbewirkungsforschung: Welches Modell gilt für Ihr Produkt? Was haben Prozessmodelle dem AIDA-Modell voraus? Welche Auswirkungen haben Involvierung und Motivation des Kunden? Was bedeuten die direkte Erfahrung und die Wiederholung für den Werbeerfolg?

### Q8: Aktuelle Forschungsergebnisse für den Werbeerfolg nutzen

Werbegestaltung und Platzierung, Produktgebundenheit und Zielgruppenabhängigkeit der Werbegestaltung, Auswirkungen von Humor, Sex-Appeal und Wiederholungen auf Einstellungsänderungen. Wirkungen von viralem Marketing und Guerilla Aktionen.

### Inhouse-Seminare mit der infomarketing GmbH:

Innerhalb dieser Seminare können wir ganz individuell auf Ihre Wünsche und Bedürfnisse eingehen, um Problemlösungen mit Ihnen gemeinsam zu erarbeiten. Teilen Sie uns Ihren Sachverhalt mit, damit wir Ihnen ein spezifisches Seminarangebot erarbeiten können. Eine optimale Mischung aus Praxis, Wissenschaft und Transfer gewährleistet Ihnen die gemeinsame Seminargestaltung von Trainern und Experten der infomarketing GmbH.

1 Übung  
je Topic

**8 ÜBUNGS-  
EINHEITEN**



### Dipl. Psych. Roland Kretzschmar

- Senior-Trainer der infomarketing GmbH
- Studium der Psychologie (Arbeits- und Organisationspsychologie & Wirtschaftspsychologie) an der Philipps-Universität in Marburg
- 6 Jahre Lehrkraft und Mitarbeiter der Professur für Marketing und Verkaufsmanagement an der Justus-Liebig-Universität in Gießen
- Forschungsschwerpunkte: Marken, Vertrieb und Konsumentenpsychologie
- seit 2012 Dozent der FOM - Hochschule für Ökonomie und Management in Frankfurt am Main
- 5 Jahre Trainer- und Consultingpraxis
- 10 Jahre Marketing- und Marktforschungspraxis



### Teilnahmegebühr

Jede Anmeldung wird schriftlich bestätigt. Die Gebühr für das zweitägige Seminar beträgt **1.280,- EUR** (zzgl. gesetzl. MwSt.). Darin enthalten sind ausführliche Seminarunterlagen, Buch, Zertifikat, Mittagessen und Tagungsgetränke für beide Tage. Aufgrund der gewünschten Trainingsintensität ist die Anzahl der Teilnehmer beschränkt.

Trainingszeiten

- 1. Tag: 9:30 Uhr – 18:30 Uhr
- 2. Tag: 9:00 Uhr – 17:00 Uhr

# Anmeldung

## Werbewirkung: Termine 2021

- Do./Fr. 17. und 18. Juni 2021
- Do./Fr. 25. und 26. November 2021

Sie erhalten eine Anmeldebestätigung, da die Teilnehmerzahl aufgrund der aktuellen Hygiene-Richtlinien begrenzt ist und ein Platz im Seminar erst nach der Bestätigung garantiert werden kann.



Name, Vorname

Funktion / Position

Unternehmen

Straße, Hausnummer

Postleitzahl, Ort

Telefon

E-Mail

Datum

Unterschriften der Teilnehmer ggf. des Rechnungsempfängers

### Teilnahmegebühr

**1.280,- EUR** zzgl. gesetzl. MwSt. Darin enthalten sind das Buch, die Unterlagen, die Konferenzgetränke und zwei Mittagessen.

### Stornierung

Eine Stornierung bis zu sechs Wochen vor der Veranstaltung ist kostenfrei. Bei schriftlicher Abmeldung bis 14 Tage vor dem Seminar sind 50 Prozent der Teilnahmegebühr zu zahlen. Danach müssen wir Ihnen leider die Gesamtsumme berechnen. (Es gilt das Datum des Posteingangs). Selbstverständlich können Sie sich auch vertreten lassen.

### Terminänderungen

Erfolgen nur bei zwingender Notwendigkeit. In diesen Fällen werden die Teilnehmer umgehend informiert. Sollte der neue Termin nicht zusagen, werden bereits gezahlte Gebühren erstattet. Weitergehende Ansprüche können jedoch nicht anerkannt werden.

### Tagungsorte und Zimmerbuchung

Für unsere Kursteilnehmer ist im Tagungshotel **relexa** (Lurgiallee 2, 60439 Frankfurt am Main) ein spezielles Einzelzimmerkontingent jeweils vom Vortag der Veranstaltung an à 122,- EUR inkl. Frühstücksbuffet, gesetzl. MwSt. und kostenloser Nutzung des Fitnessclubs bis 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn reserviert. Setzen Sie sich bitte rechtzeitig mit dem Hotel oder mit uns in Verbindung.

### Datenschutz

Ihre Daten werden für die interne Weiterverarbeitung und eigene Werbezwecke von uns unter strikter Einhaltung des Bundesdatenschutzgesetzes gespeichert. Wenn Sie die Speicherung nicht erwünschen, teilen Sie uns dies bitte per E-Mail ([dp@infomarketing.de](mailto:dp@infomarketing.de)) mit.

Stand: 02/2021

SCAN-TO-MAIL an [dp@infomarketing.de](mailto:dp@infomarketing.de) oder per FAX an (069) 46 99 80 09