

# Marketeasing

## Werbung total anders

“Kleine Gruppe, große Wirkung!”  
(T. Mörker, eins1 ag)

Sichern Sie sich Ihre Teilnahme jetzt unter : [vereon.ch](http://vereon.ch)

### nur drei Termine - limitierte Teilnehmerzahl

19. November 2008 in Zürich - 26. November 2008 in Hamburg - 10. Februar 2009 in München

### Highlights aus dem Programm:

- \_ Weshalb funktioniert Werbung immer schlechter?
- \_ Wie mache ich Werbung, die den Kunden nicht nervt?
- \_ Wie kreierte ich ansteckende Botschaften und wie bringe ich sie in Umlauf?
- \_ Wie lässt sich Mundpropaganda planen und steuern?
- \_ Erfolgreiches Marketing braucht Fans, aber wie werden meine Kunden zu Fans?
- \_ Die Trends, mit denen Sie rechnen müssen



Bernd Röthlingshöfer ist Autor mehrerer Businessbestseller und Chefredakteur des Fachinformationsdienstes WerbePraxis aktuell. Zuvor war er über 20 Jahre lang in Agenturen als Werbetexter, Kreativdirektor und Geschäftsführer tätig.

**Ihr Plus:**  
**Hoher Praxisbezug durch**  
**zahlreiche Fallbeispiele**

### Besonders interessant für

Führungs- und Fachkräfte aus den Bereichen Marketing, Werbung, CRM, E-Business, IT, Internet, PR und Interne Kommunikation.

# "Wer nicht wirbt, stirbt. Wer so weiter wirbt wie bisher, stirbt auch. Aber schneller."

## Warum dieser Workshop für Sie wichtig ist:

Werbung wirkt immer schlechter. Dafür gibt es eine Menge gute Gründe. Die Informationsüberflutung, die Zersplitterung in hunderte von TV-Sender und tausende Informationskanäle. Die werberesistenten Verbraucher. Und die alten Rezepte taugen auch nichts mehr: AIDA? Eyecatcher? TKP? Zielgruppe? Es wird Zeit für eine Veränderung. Erfahren Sie in diesem Workshop, wie Sie neue Werbewege gehen und erarbeiten Sie gemeinsam mit dem Workshopleiter und den anderen Teilnehmern erste Schritte für Ihr Unternehmen.

## Inhalte, die Sie in diesem Seminar vermittelt bekommen

### Marketeasing - Werbung total anders

Kunde 2.0 und Marketing 1.0? Das kann nicht funktionieren! Marketing von oben herab - und die Konsumenten laufen reihenweise davon. Das neue Marketing tickt völlig anders: Beziehungsarbeit löst die klassischen Theorien vom Eye-Catcher bis zum Werbedruck ab. Bürgermedien geben den Kunden Macht über Marken. Alles läuft über Begeisterung und Engagement. Aber wie wird das Marketing so anziehend, dass die Menschen es (wieder) in ihrem Leben haben wollen?

### Klassische Werbung wirkt nicht mehr

- Werbung? Cool ist was anderes
- Arrivederci Aida - das Ende der alten Erfolgsformeln
- Nichts ändert sich, wenn Sie sich nicht ändern: Die umfassenden Herausforderungen für Ihr Unternehmen
- Die sechs Mantras für Marketeaser

### Gute Werbung muss sich von selbst verbreiten

- Die Grundlagen der Mundpropaganda
- Wie Sie Gespräche auslösen
- Wie kreierte man ansteckende Botschaften?
- Wie bringt man ansteckende Botschaften in Umlauf?
- Welche Rolle spielen die Überträger?
- Der Mehrwert der Mundpropaganda
- Mundpropaganda planen und steuern?

### Je näher desto besser. Marketeaser und der Kunde

- Der neue Wert der Kunden
- Wie Sie mehr Nähe zu Ihren Kunden herstellen
- Die Erfolgs-Gemeinschaft mit dem Kunden
- Stammkunden als Botschafter des Unternehmens
- Die Elite der Stammkunden: Fans

### Marketeaser im Netz

- Das Internet: Ihr neues Alpha-Medium
- Das Web: Die Heimat der Kundenmedien
- Wie Weblogs Nachrichten verbreiten
- Passive Promotions, die Marketeaser-Strategie im Netz

### Ausblick: Die nächsten fünf Jahre

- Fünf Trends, mit denen Sie rechnen müssen
- Die Zukunft hat schon begonnen

## Warum Sie mit unserem Seminarleiter Ihr Ziel erreichen:

Bernd Röthlingshöfer hat das Werbe-Business von der Pike auf gelernt. Er war Texter, Kontakter, Kreativdirektor und Geschäftsführer mehrerer Werbeagenturen. Ein typischer Old School-Werber eben - mehr als 20 Jahre lang. Für große Marken, Konzerne, Ministerien ebenso tätig wie für kleine und mittlere Unternehmen, junge Start-ups oder Non-Profit-Organisationen. Heute ist er ein Werbequerdenker, der sagt: "Wer nicht wirbt, stirbt. Wer so weiter wirbt wie bisher, stirbt auch. Aber schneller."

Als Chefredakteur von WerbePraxis aktuell, eines Fachinformationsdienstes für Werbe- und Marketingleiter, beobachtet er Trends im Werbebusiness, gibt Praxistipps und regt permanent zu neuen Ideen an.

Als Buchautor fordert er mit seinem Titel "Marketeasing. Werbung total anders" ein Umdenken der Werbebranche und spaltet damit die Leser in Fans und Feinde. Verbraucher, die das Buch in die Hand bekommen, wissen allerdings nur allzu gut was er meint: Werbung nervt. Seine Lösung für werbungstreibende Unternehmen: Macht Werbung, die die Menschen in ihrem Leben haben wollen.

### Seminarzeiten

Seminarbeginn: 09:00 Uhr

Mittagspause: ca. 12:00 Uhr bis 13:00 Uhr

Seminarende: ca. 17:00 Uhr

### Teilnahmegebühr

Die Teilnahmegebühr inkl. Unterlagen, Mittagessen und Getränke beträgt CHF 1'495 zzgl. bzw. EUR 995 zzgl. der gesetzl. MwSt. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung und eine Rechnung. Die Benennung eines Ersatzteilnehmers ist jederzeit, eine vollständige Stornierung bis dreissig Tage vor Beginn der Veranstaltung kostenlos möglich. Bei späterer Stornierung oder Nichterscheinen bleibt die gesamte Teilnahmegebühr fällig.

### Anmeldung und Informationen

Vereon AG

Rosgartenstrasse 37, 8280 Kreuzlingen, Schweiz

Tel.: +41 71 677 8700, Fax: +41 71 677 8701

E-Mail: [anmeldung@vereon.ch](mailto:anmeldung@vereon.ch), Internet: [vereon.ch](http://vereon.ch)

Oder einfach hier ausfüllen, faxen und wir rufen Sie an:

Name \_\_\_\_\_

Position \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_