

**Seminar:**

**Der längere Atem gewinnt**

Entwicklung und Einsatz von Werbe-Konzeptionen mit langfristigem Erfolg.

**Ziel:**

Wie konzipiert man wirksame Werbung?  
Wie entwickelt man eine Werbekonzeption, die nicht von kurzfristigen Gags lebt? Sondern die einen langen Atem hat und Zielgruppen zuverlässig bindet.  
Es geht um Vertrauen, um Sympathie, um Zuwendung. Nichts verlangt gleichzeitig mehr Voraussicht und mehr Konsequenz als das Werben um diese Emotionen. Wer sie jedoch einmal gewonnen hat, der hat ein Fundament geschaffen, auf dem man langfristigen Erfolg bauen kann.

Die Teilnehmer lernen und trainieren die vielen einzelnen Schritte, die für den langfristigen Erfolg einer Wirkungs-Konzeption“ erforderlich sind.

**Hintergrund:**

Kommunikation ist schnell-, aber nicht kurzlebig. Ganz im Gegenteil: Wie lange braucht es, bis man einem Unternehmen, einer Marke wirklich vertraut? Werbung kann dieses persönliche Vertrauen ohne persönlichen Kontakt schaffen. Denn auch Emotionen sind planbar. Das scheinbar Irrationale rational lenken, aufbauen und einsetzen: Diese Disziplin beherrscht, wer diszipliniert Stufe für Stufe den gewinnenden Dialog mit seiner Zielgruppe aufbaut. Und so eine Vertrauensbasis schafft, die dann auch Krisen übersteht.

**Inhalt:**

**Kommunikation praktisch**

Über Betriebsblindheit - und warum man in der Kommunikation niemandem trauen soll, am wenigsten sich selbst.  
Den Hebel finden, der den Markt bewegt.

**Erfolgsfaktor 1:**

**Die Basis jeder langfristigen und nachhaltigen**

**Kommunikationsstrategie:**

Analyse von Markt, Wettbewerb und Kommunikations-Umfeld.  
Kenntnis und Eingrenzung der Kern-Zielgruppen.  
Festlegung der Schlüssel-motivation.  
Realistische Vorgabe der eigenen Ziele.  
Redefinition des eigenen Angebots.

**Erfolgsfaktor 2:**

**Alleinstellung**

Faktisch. Psychologisch. Am besten beides.  
Die Kunst der Beschränkung.  
Arbeit mit dem „Nischenfinder“.

**Erfolgsfaktor 3:**

**Die konstante Botschaft (Slogan, Claim)**

Warum nur eine Botschaft durchkommt.  
Techniken der Reduktion.  
Redundanz entscheidet.  
Kreativ-Techniken.

**Erfolgsfaktor 4:**

**Der richtige Maßnahmen- und Medien-Mix**

Durchsetzung des Dominanzprinzips.  
Selektionskriterien.  
Die eigenen Kräfte und Möglichkeiten realistisch einschätzen.

**Erfolgsfaktor 5:**

**Offensive Kommunikationspolitik**

Die Gesetzmäßigkeiten offensiver Kommunikationspolitik.  
Das Heft des Handelns gewinnen.  
Themen erzeugen, vorgeben und durchsetzen.  
Die gezielte Provokation.

**Wichtig:**

**Praxisübungen aus dem eigenen Bereich**

Es ist erwünscht, dass von den Teilnehmern Projekte und Fragestellungen aus dem eigenen Bereich eingebracht werden. Sie werden dann gemeinsam in der Gruppe bearbeitet und gelöst.

**Dauer/Ort:**

Eintägiger Trainings-Workshop  
für maximal 7 Teilnehmer.

**Datum:**

23. Januar 2012 (Meerbusch) / 22. Februar 2012 (Berlin) /  
21. März 2012 (Frankfurt) / 18. April 2012 (Hamburg) /  
24. April 2012 (München) / 27. Juni 2012 (Berlin) /  
26. September 2012 (Frankfurt) / 23. Oktober 2012  
(München) / 6. November 2012 (Hamburg) /  
28. November 2012 (Meerbusch)

**Kosten:** EUR 480,-/Tag zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer  
einschl. Erfrischungen.

**Info/Anmeldung:** Dilthey & Partner PartG, Haus Meer 2, 40667 Meerbusch  
Telefon 0 21 32 – 91 12 14, Fax 0 21 32 – 131 77 76,  
Email: [mail@dilthey.de](mailto:mail@dilthey.de) Internet: [www.dilthey.de](http://www.dilthey.de)