

Themenumfeld:

Trendforschung, Marketingtrends, Kommunikationstrends, Werbetrends, Vertriebstrends, Verkaufstrends, Unternehmenskommunikation, Kundenkommunikation, Marketingkommunikation, Werbekommunikation, Vertriebskommunikation, Verkaufskommunikation

Tagesseminar

Welchen Methoden und Instrumenten gehört die Zukunft? Was funktioniert, was nicht mehr?

Die Top-Trends im Marketing 2020

Die ultimative In & Out-Liste zur Gewinnung und Bindung moderner Kunden

Wie Sie mit neuen Formen der Unternehmens-, Werbe- und Verkaufskommunikation schon morgen wieder mehr Aufmerksamkeit, Relevanz, Sympathie und Geschäft generieren

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Kommunikation, Kundendienst, PR, Werbung und Vertrieb/Verkauf in kleinen, mittleren und großen Betrieben, sowie Unternehmer/-innen, Selbständige und Freiberufler aus allen Branchen, die sich für zukunftsfähiges Marketing interessieren und wissen, dass sich das Verhalten der Kunden in den letzten Jahren so verändert hat (und auch weiter so verändern wird), dass man mit traditionellen Kommunikations- und Werbemethoden nicht mehr weiterkommt.

Veranstaltungsdauer / Ablauf

- 1 Tag
- 09:00 Uhr - 17:00 Uhr
- inklusive 1 Mittagspause (ca. 45 Minuten)
- inklusive 2 Kaffeepausen am Vor- und Nachmittag (jeweils ca. 20 Minuten)

Ziele / Nutzen

Persönlich, relevant, intelligent, automatisiert. Auf unser Marketing kommen immer neue Herausforderungen zu. Moderne Kunden wollen sich bei jeder sich bietenden Gelegenheit überraschen und immer wieder von neuem überzeugen lassen. Wer seine Marke nicht klar positioniert hat und seine Zielgruppe nicht passgenau adressiert, kann im Kampf um die Gunst des Kunden nicht mehr mithalten.

Ab heute heißt es, Dialoge führen statt Nachrichten senden, den Wunsch der Kunden nach Erlebnis, Abenteuer und Abwechslung erfüllen und die Neugier und den Spieltrieb der Zielpersonen wecken. Wer zu viel allgemeine Informationen ohne individuelle Akzente auf den Markt streut, wer nur störende Werbung ohne Bezug zu den Kunden-Wünschen schaltet, wer heute nicht „24/7“ erreichbar ist und wem nicht ständig neue Produkt- und Service-Ideen einfallen, der hat schon verloren.

Am regelmäßigen Scouten, Studieren und Umsetzen der neuesten Trends kommt kein Marketing- und Kommunikationsmanager mehr vorbei. Und genau hier setzt die Seminar-Veranstaltung „Top-Trends“ an: Die Teilnehmer/-innen erhalten einen Überblick über die bedeutendsten Trends und die wichtigsten Entwicklungen in der Unternehmens-, Kunden-, Marketing-, Verkaufs- und Werbekommunikation – und v.a. ganz viele Anregungen diese im eigenen Unternehmen anzuwenden.

Sie erfahren auf eine prägnante und überzeugende Art und Weise ...

- warum immer mehr große Marken, ja sogar ganze Industriezweige, Kataloge, Bücher und Tageszeitungen, Werbeagenturen und klassische Händler die Bühne verlassen oder zumindest in der Bedeutungslosigkeit verschwinden
- wie sehr sich Käufer, Abnehmer und Konsumenten gewandelt haben
- welche neuen Ansätze und innovativen Instrumente es gibt, um trendgerecht zu agieren
- wie man alle Sinne anspricht und wie man Kunden nachhaltig an die Marke bindet
- wie Sie Raum für neue Mittel und für bessere Lösungen im Kommunikations-Mix schaffen und Ihr Unternehmen zu neuen Markterfolgen führen

Die Veranstaltungen macht Ihnen deutlich ...

- wie Ihre Kunden heute von Ihren Stärken und Ihrer Expertise erfahren
- wie Ihre Leistungen in der Flut unzähliger gleichartiger Produkte erlebbar bleiben
- welches heute Ihre entscheidenden Vorteile gegenüber dem Wettbewerb sind
- wie Sie als analog-digital kommunizierender Betrieb erfolgreicher als andere werden

Mehrwert für die Teilnehmer/innen

Alle Teilnehmer/-innen erhalten vom Referenten zusätzlich zu einem **PDF-Dokument mit den Präsentationsfolien** ein umfangreiches „**Trend-Paper**“ mit **mehr als 25 Seiten Volltext**, in dem der Leser bzw. die Leserin alle wesentlichen Trends und Entwicklungen im Marketing 2020 und in der analogen und digitalen Marken- und Kundenkommunikation noch einmal Revue passieren lassen kann.

Hier wird auch ausführlich auf die mobile Kommunikation und den Online-Dialog, auf das gewandelte Lese- und Aufnahmeverhalten und auch auf die damit verbundenen Entwicklungen im Grafik- und Webdesign Bezug genommen.

Unsere Kooperationspartner **Content Marketing Forum CMF**, Europas größter Branchen-Verband für Marken-Kommunikation, und das **Zukunftsinstitut** stellen darüber hinaus interessante **Themen-Publikationen, Print-Booklets oder eBooks** zur Verfügung!

Programm

Der Trend zu Neuem geht weiter. Und entscheidend wird sein, was Sie daraus machen!

Denn die Kunden von heute sind anspruchsvoll, egoistisch, eigensinnig und launisch. Sie lesen keine Postbriefe oder Anzeigen mehr, bestellen Newsletter ab, werfen Prospekte weg, melden sich nicht selbsttätig zurück und gehen selbst an Megapostern einfach vorbei. Die Verbraucher entscheiden scheinbar nur noch nach Lust, Laune und Gefühl. Zufriedensein reicht ihnen auch nicht mehr. Moderne Kunden wollen jeden Tag von neuem begeistert und überrascht werden. Konsumenten kaufen keine Marken mehr, mit denen sie sich nicht identifizieren können. Wie kann man da heute noch Marken positionieren, werben, verkaufen und Geld verdienen?

Scheinbar unendlich viele neue Ideen und Konzepte für „New Marketing“ wollen den massiven Umbrüchen in der Werbung und im Verkauf entsprechen, aber nicht alle eignen sich dazu. Ihr Trainer hilft Ihnen den Überblick zu wahren und die richtigen Entscheidungen für das Jahr 2020 zu treffen.

In diesem spannenden und abwechslungsreichen Seminar lässt Sie der Münchener Unternehmensberater, Trendforscher und Managementtrainer Alexander Schell und sein Team einen Blick in die Marketing-Glaskugel werfen. Er stellt Ihnen die für Sie wirklich wichtigen Marketing- und Kommunikationstrends vor, die Ihren beruflichen Alltag bereits heute bestimmen, und gibt Ihnen einen Überblick zu den zukunftsfähigsten Marketing-Methoden und den erfolgversprechendsten Kommunikationsinstrumenten.

Auszug aus dem Inhalt

- Neue Kunden (z.B. Digital Natives, Young Global Communicators, Generation XYZ)
- „Buyer Personas“ statt Käuferzielgruppen
- Aufgaben der Kommunikation (z.B. Positionierung, Emotionalisierung, Content-Vertrieb)
- Automatisierung / Digitalisierung der Kommunikation (z.B. Crawler, Algorithmen, Bots)
- Inside-out- statt Outside-in-Kundenkommunikation
- Neue Kommunikationstechnologien (z.B. Touch oder Voice à la Alexa, Siri & Co.)
- Neue Kommunikationsmedien (z.B. Smartphones, Phablets, Tablets, Wearables)
- Neue Kommunikationsplattformen (z.B. WhatsApp und TripAdvisor als Social Networks)
- Neue Werbekanäle (z.B. Amazon oder XING Events als eCommerce-Advertising-Kanäle)
- Neue Kommunikationstechniken (z.B. Visualisierung, Storytelling, Bewegtbild, Voice)
- Neue Kommunikationsmethoden (z.B. omnimedial, multimedial, crossmedial)
- Emotionalisierung und Erlebnisorientierung der Kommunikation (Customer Experience)
- Einblicke in die geheimnisvolle Welt des modernen Rezeptionsverhaltens der Kunden
- Relevante Entwicklungen bei der Informationsverarbeitung im menschlichen Gehirn
- Multitasking und die Folgen
- Schwindende Erinnerungsleistung und die damit verbundenen Herausforderungen
- Künstliche Intelligenz als gelebte Realität
- Andere noch nicht vorstellbare Möglichkeiten des digitalen Marketing 2030

Methodik-Didaktik

In einem unkomplizierten, mit Humor gewürzten und dialog-orientierten Vortrag vermitteln der erfahrene Kommunikationsprofi und Trendforscher Alexander Schell und sein Team den Teilnehmern/-innen nicht nur das notwendige Grundlagenwissen, sondern auch wertvolles Praxis-Knowhow aus einem Füllhorn von Erfahrungen in kleinen und großen Unternehmen in den unterschiedlichsten Branchen, für die das eifk Marketing-Top-Trends erforscht und umgesetzt hat.

Ihr Trainer ist Erwachsenenbildungsprofi und präsentiert die verständlich aufbereiteten Lerninhalte interessant, kurzweilig und unterhaltsam. Anhand einer Vielzahl an Beispielen aus der Praxis wird dem Auditorium aufgezeigt, welche innovativen Ansätze und Strömungen es in der Kunden-Kommunikation zur Zeit gibt und jedem/-r Zuhörer/-in bewiesen, dass er/sie notwendige Veränderungen in der Kommunikation des eigenen Unternehmens jeder Zeit durchführen kann.

- **Interaktiver und multimedial unterstützter Vortrag / Präsentation – orientiert an den im Seminar vertretenen Branchen und an der Ausgangssituation der Teilnehmer/-innen**
- **viele anschauliche Praxis-Beispiele aus der eifk-Trendforschungsarbeit**
- **Best Practice-Beispiele / Worst Practice-Beispiele**
- **„anfassbares“ Anschauungsmaterial, Hörspiel-Sequenzen, Video-Einspieler**
- **Diskussion, Erfahrungsaustausch und Beantwortung von Teilnehmerfragen**