

Reporting-Gespräche im Digital-Verkauf

Unabdingbar für langfristige Umsätze, Upselling und Kundenbindung beim Verkauf digitaler Werbedienstleistungen

10. September | 10. Oktober 2024

NEU
IM PROGRAMM!



Ein wichtiges Argument für Online-Werbung ist die Messbarkeit der Auslieferung und Performance. Die zugehörigen Auswertungen – sogenannte Reportings – werden automatisch durch den AdServer erstellt. Leider werden diese Kampagnenauswertungen viel zu selten im Verkauf als Upselling- und Kundenbindungsinstrument eingesetzt. Und so krankt es nach dem Erstverkauf häufig an der Wiederbuchungsquote. Denn die Kunden können den Erfolg oder vermeintlichen Misserfolg ihrer Kampagne gar nicht einordnen und scheuen das Risiko.

Auf Seiten der Mediaberater/innen sind Unsicherheit und Angst vor Rückfragen des Kunden oft die Gründe für die Zurückhaltung bei Reportinggesprächen. Und ja, die unterschiedlichen Reportings für Display Ads, Native Ads und Social Media-Maßnahmen können verwirrend sein.

Hier setzt unser neuer Workshop an.

Der Workshop-Ablauf

Wir trainieren intensiv erfolgreiche Reporting-Gespräche zu führen. So gehören typische Einwände, wie „Hat nichts gebracht“, „Da hat ja niemand drauf geklickt“, „Bei Google sind die Klicks aber günstiger“, der Vergangenheit an.

Die Kunden verinnerlichen den Erfolg ihrer durchgeführten digitalen Werbemaßnahme und sind bereit, Stammkunden zu werden. Wir ordnen die Leistungsversprechen unterschiedlicher Maßnahmen ein, bearbeiten die wichtigsten Einwände und trainieren einen gezielten Ablauf für Gespräche zur Bewertung von Display Advertisings-Kampagnen.

Im Anschluss arbeiten wir uns weiter vor zu allen übrigen vom Verlag vermarkteten digitalen Medialeistungen: native Ads/Advertorials sowie Social Media-Kampagnen. Bei Bedarf sprechen wir auch über die Reportings aus standardisierten KI-gesteuerten Kampagnen, wie Nanos oder über Google Ads-Reportings.

Sie erhalten, alles, was Sie für erfolgreiche Reporting-Gespräche benötigen:

- **Erprobte Gesprächsabläufe und -Skills**
- **Fundierte, direkt einsetzbare Argumentationen**
- **Fachliche Hintergründe zur Kampagnenbewertung**

Veranstaltungen

Termin: Dienstag, 10. September und Donnerstag, 10. Oktober 2024
jeweils 14:00 bis 16:00 Uhr

Format: praxisorientierte, interaktive Web-Workshops
via Zoom-Videokonferenztool

Zielgruppe: Mediaberatung, Anzeigenverkauf, Verlagsleitung, Anzeigenleitung, Verkaufsleitung, Objektleitung, freie Handelsvertreter/innen in der Anzeigenakquise des Regionalverlages, Verantwortliche im Produkt-Management, Verantwortliche und Medienberater/innen für den Crossmedia- und Digital-Verkauf

Workshop Leitung



Carola Frost ist Expertin für strategische Werbeträger-Vermarktung mit eigener Digitalexpertise. Ihre Agentur berät Medien beim Aufbau und bei der Neuausrichtung ihres Vermarktungsgeschäfts mit Fokus auf die cross-mediale, beratende Verkaufsorganisation.

Sie optimiert den Verkaufsapparat von Werbedienstleistungen über die gesamte Leistungskette der Werbevermarktung - so gehören zahlreiche namhafte Digitalvermarkter und Regionalverlage zu ihrem Kundenstamm.

Sie dürfen Ihre eigenen Reportings in den Workshop mitbringen, damit Sie alle Learnings 1:1 in Ihrer konkreten Verkaufspraxis einsetzen können.

ANMELDUNG

Reporting-Gespräche im Digital-Verkauf

10. September und 10. Oktober 2024

Bitte digital ausfüllen oder ausdrucken, scannen und an sek@zmg.de senden.
Sie erhalten eine Anmeldebestätigung per E-Mail.

Referentin

Carola Frost – Vermarktungskonzepte für Medien
Lilienstraße 11
20095 Hamburg
www.carola-frost.de



Veranstalter

ZMG Zeitungsmarktforschung Gesellschaft mbH
Darmstädter Landstraße 125, 60598 Frankfurt/M.
E-Mail: sek@zmg.de, Tel. (0 69) 97 38 22-0

Kosten

ZMG-Partnerverlage: **399,- €** zzgl. MwSt.
Nicht-Partnerverlage: **798,- €** zzgl. MwSt.

Technische Voraussetzungen

Es handelt sich um interaktive Web-Workshop mit ‚Zoom‘. Zur Teilnahme empfehlen wir einen PC oder Laptop mit Kamera und Mikrofon. Ein **Technikcheck** wird separat durchgeführt. Nähere Informationen dazu und den Teilnahmelink erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung.

Mit Ihrer Unterschrift erklären Sie sich einverstanden, dass Carola Frost Sie bzgl. eines Technikchecks kontaktieren kann.

Teilnehmerzahl

mindestens 5 Personen – maximal 12 Personen

Stornierung, Rücktritt: *Kostenfreie Stornierungen* sind schriftlich bis vier Wochen vor Beginn der Veranstaltung möglich. Stornierungen bis 14 Tage vorher werden unter Berechnung einer Bearbeitungsgebühr von 50% entgegengenommen. Bei späteren Stornierungen oder Nichterscheinen sind die vollen Teilnahmegebühren zu entrichten. Selbstverständlich können Sie sich vertreten lassen, bitte nennen Sie uns vorher schriftlich (per E-Mail an sek@zmg.de) den/die Ersatzteilnehmer/in.

Absage von Veranstaltungen: Die ZMG kann die Veranstaltung aus wichtigem Grund, insbesondere bei zu geringer Teilnehmerzahl, bei Ausfall bzw. Erkrankung von mehreren Referenten, Hotelschließung oder höherer Gewalt, absagen. Im Fall einer zu geringen Teilnehmerzahl kann die Absage bis vierzehn Tage vor Beginn der Veranstaltung erfolgen. In allen anderen Fällen einer Absage aus wichtigem Grund sowie bei Änderungen des Programms wird die ZMG die Teilnehmer/innen so rechtzeitig wie möglich informieren. Muss eine Veranstaltung abgesagt werden, wird die bereits gezahlte Teilnahmegebühr erstattet. In diesem Fall bestehen keine Ersatz- oder Ausfallansprüche an die ZMG.

Teilnehmer/in 1

Name, Vorname

Funktion/Position

E-Mail

Teilnehmer/in 2

Name, Vorname

Funktion/Position

E-Mail

Teilnehmer/in 3

Name, Vorname

Funktion/Position

E-Mail

Ansprechpartner/in

Name, Vorname

Durchwahl

E-Mail

Rechnungsanschrift

Firma

Straße

PLZ, Ort

Datum, Unterschrift
