

Online-Fortbildung

Programmatic Sales: verstehen & einsetzen im Verlag

23. März 2023



Online Learning

Auch in 2023 wegen hoher Nachfrage wieder im Programm!

Programm

In Deutschland wird die Mehrheit der Werbeflächen im Internet über programmatische Marktplätze verkauft. Und der Marktanteil dieses Vertriebskanals wächst stetig weiter.

Für **Mitarbeitende im aktiven Verkauf** ist es eine Notwendigkeit, die Angebotsmöglichkeiten zu verstehen, mindestens auf Kundenwünsche/-anfragen zu reagieren oder sogar aktiv zu akquirieren, um zusätzliche Umsätze zu gewinnen.

Für **Fachkräfte in der Disposition und im Ad-Management** ist das Verständnis der programmatischen Marktplätze, deren Kennziffern und Reporting-Optionen in Zukunft inzwischen eine Kernkompetenz.

Für **Führungskräfte in der Verkaufsleitung**, mit Umsatzverantwortung für den Werbemarkt, ist es eine strategische Frage, wie das programmatische Preismanagement und die Angebotspolitik aussehen und mit dem klassischen Verkauf verzahnt werden kann.

Diese Online-Fortbildung wurde extra für Verlage aufgelegt, um dieses Erlösfeld kennenzulernen. Mit dem erlangten Wissen ist es möglich sich auf diesen Vertriebskanal gezielt vorzubereiten (Passiv-Strategie) oder ihn im Anschluss schrittweise im Verkauf zu implementieren (Aktiv-Strategie).

BLOCK I (10:00 Uhr)

Das Programmatic-Prinzip

1. So funktionieren programmatische Marktplätze
2. Verkaufsprozesse: Bidding, Blind-Sales, Private Rooms
3. Die wichtigsten Anbieter und Kontakte im Überblick

BLOCK II (12:30 Uhr)

Strategische Vermarktung und Implementierung

1. Technologische/Organisatorische Voraussetzungen
2. Preis- und Angebotsstrategien, Erlösprognosen
3. Die Verkaufschancen regionaler/lokaler Verlage

BLOCK III (14:30 Uhr)

Aktiver Verkauf in der Praxis

1. So verkaufen Sie Werbeformate programmatisch
2. Programmatische Angebote für Kunden erstellen
3. So planen Werbetreibenden ihre Kampagnen
4. Angebotsbeispiele, Kalkulationen, Kennziffern

Veranstaltung

Termin: 23. März 2023
Dauer: Jeder Block ca. 60-90 Minuten

Leitung: Thorsten Gerke (tg & partner)

Zielgruppe: Anzeigenleitung/-verkaufsleitung, Key-Accounting, Mediaberatung, Fachkräfte aus Marketing, Werbung, Verkaufunterstützung (Sales-Support) Kampagnenmanagement/Disposition Business Development

Referent

Dipl.-Oec. Thorsten Gerke absolvierte neben seinem Universitätsstudium (Schwerpunkt Marketing) eine Fachausbildung zum Kommunikationswirt. In der Praxis ist er seit über 25 Jahren in der (digitalen) Medienvermarktung und Mediaplanung engagiert.

Er begleitet und berät sowohl überregional als auch lokal ausgerichtete Verlage. Dabei baut der ausgebildete Mediaplaner selbst auf fundierte Praxiserfahrung auf Medien- und Agenturseite, unter anderem als Leiter der Digital-Vermarktung und der Marktforschung eines Verlages.

Als Autor („Handbuch Werbemedien – Werbeträger optimal vermarkten“), als Dozent/Trainer für Medienhäuser sowie an der Fakultät für Digitale Medien der HFU Hochschule Furtwangen University (u. a. Lehrauftrag Media Planning) zählen die professionelle Mediavermarktung sowie die Digitalisierung der Medien zu seinen Fachgebieten.



ANMELDUNG

Online-Fortbildung

Programmatic Sales: verstehen & einsetzen im Verlag

Bitte digital ausfüllen und an sek@zmg.de senden
oder ausdrucken und faxen an **(0 69) 97 38 22-51**
Sie erhalten eine Anmeldebestätigung per E-Mail.

Referent

Thorsten Gerke
www.tg-und-partner.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: **349,- €** zzgl. MwSt.
Nicht-Partnerverlage: **689,- €** zzgl. MwSt.

Technische Voraussetzungen

Wir führen unsere Online-Seminare mit *GoToMeeting* durch. Sie können einen [Systemcheck unter diesem Link durchführen](#). Zur Teilnahme benötigen Sie lediglich einen PC oder ein Mobilgerät mit Internetzugang. Den Teilnahmelink und den Audio-Code erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung.

Mindestteilnehmerzahl

5 Personen

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

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.