

*Seminar*

# *Wahrnehmung und Wirkung von Werbung*



*Wirkungschancen von Werbemitteln und  
Konsequenzen für deren Gestaltung*

---



Gerne informieren wir Sie über unser aktuelles Inhouse Training

## **Wahrnehmung und Wirkung von Werbung** *Wirkungschancen von Werbemitteln und Konsequenzen für deren Gestaltung*

Ihre Werbung ist eine Investition, deshalb sollte sie wahrgenommen werden und wirken. Die Flut an Informationen macht es jedoch immer schwieriger, die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden und Zielgruppen zu gewinnen. Denn Reizüberflutung führt zur Selektion von Reizen. Und Wahrnehmung wird somit zum entscheidenden Nadelöhr für die Wirkung Ihrer Werbung.

Informieren Sie sich auf unserem eintägigen Seminar darüber, wie Werbung von Empfängern wahrgenommen wird und wie sie wirkt, und was das für die gestalterische Umsetzung Ihrer Kampagnen bedeutet. Beschäftigen Sie sich damit, welche Konsequenzen das „Low Involvement“ der meisten Zielgruppen für eine erfolgreiche Kommunikation hat. Lernen Sie Wahrnehmungs-Hindernisse kennen, die letztendlich die Wirkung großartiger kommunikativer Ideen beeinträchtigen.

Die nachstehenden Inhalte sind ein Vorschlag, gerne nehmen wir eine maßgeschneiderte Ausrichtung auf Ihr Unternehmen vor. Sie bestimmen die Schwerpunkte – wir entwickeln das Seminar, zugeschnitten auf Ihre Anforderungen nach Inhalt, Zeit und Ort. Ihre Fragestellungen und Beispiele werden in das Training einbezogen. Kontaktieren Sie uns, wir unterbreiten Ihnen gerne ein Angebot.

Herzlichen Gruß

Florian Lex  
Geschäftsführer



### **Diese Vorteile garantieren Ihnen** *ein hochwertiges Seminar:*

- Erfahrene Dozenten als Ihre Trainer
- Analyse und Optimierung Ihrer eigenen Werbemittel in Hinblick auf Wahrnehmungsmodelle
- Maßschneidung des Trainings auf Ihre Anforderungen

# Programm

## **Ihr Seminarprogramm (Vorschlag)**

### **Theorie und Praxis: Modelle der Wahrnehmung**

- Der Information Overload
- Aufmerksamkeit und Wahrnehmung
- Zentrale und periphere Reizverarbeitung
- Erkenntnisse über unterschwellig gesetzte Stimuli
- Das Involvement-Modell
- Das Hemisphären-Modell
- Das Drei-Speicher-Modell

### **Bedeutung der Wahrnehmung für Werbe-Entscheidungen**

- Der Wert der Vorprägung
- Weitere Ziele der Werbung

### **Die vier Wahrnehmungs-Strategien**

- Unterschiedliche Zielgruppen: interessierte vs. nicht interessierte
- Unterschiedliche Vorgehensweisen: aggressive vs. defensive
- Beschreibung der Strategien
- Aufgaben der Strategien
- Kritische Wirkungsfaktoren

Unser Angebot an Sie: bringen Sie eigene Werbemittel zur Beurteilung ein.

# Programm

## Ihr Seminarprogramm

### Wahrnehmung von Werbung und Gestaltungskonzepte bei „Low Involvement“

- Grundsätzliche Gestaltung von Werbemitteln
- Die drei „K“: Kontrast - Konsistenz - Klarheit
- Kontaktfrequenz
- Spezifische Hinweise zur Gestaltung von Anzeigen und TV-Spots

### Wahrnehmung von Werbung und Gestaltungskonzepte bei „High Involvement“

- Selektionstechniken
- Internet: Banner und Pages
- Prospekte und Kataloge: Kommunikations-Hierarchien und Glaubwürdigkeit

### Notwendigkeiten und Grenzen des Pretesting

- Pretests in Hinblick auf Wahrnehmung und Wirkung
- Pretests in Hinblick auf Idee und Botschaft
- Neuromarketing: ein Weg?

### Besprechung und Analyse mitgebrachter Werbemittel

Methodik (Vorschlag): Präsentationen des Referenten und Übungen finden in Abwechslung statt. Von Teilnehmern eingebrachte Werbemittel werden auf ihre Wahrnehmungs- und Wirkungschancen hin analysiert.

### Zeitraumen (Vorschlag):

- 09.30 Uhr: Beginn der Veranstaltung
- 13.00 Uhr: Gemeinsames Mittagessen
- 18.00 Uhr: Ende der Veranstaltung



### Zielgruppen:

- Vorstände, Geschäftsführer und Führungskräfte von Unternehmen aus Industrie, Dienstleistung und Handel
- Führungskräfte aus Marketing und Vertrieb, speziell Werbung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Unternehmenskommunikation, Produktmanagement, Media-Planung, Direktmarketing, Marktforschung, Marketing Services
- Führende Mitarbeiter aus PR-, Media-, Marketing- und Werbeagenturen sowie aus Unternehmensberatungen
- Alle Führungskräfte, die über Kampagnen-Vorschläge entscheiden, die Werbebudgets verantworten bzw. beurteilen

### Der Veranstalter:



market&more – Forum für Wissen in Marketing und Vertrieb GmbH steht für die Konzeption und Durchführung von qualitativ hochwertigen Seminaren, Workshops und Coachings zu aktuellen Themen in Marketing und Vertrieb.

So erreichen Sie uns:  089/76 75 71-0  089/76 75 71-22

 [info@market-and-more.de](mailto:info@market-and-more.de)  [www.market-and-more.de](http://www.market-and-more.de)

market&more • Sendlinger Str. 25 • 80331 München