

COACHING OVERVIEW

22.02.2010

Marketing Multimedia Coaching

Agenda

2

- Einstieg
- Was ist ein MMC und was tut er?
- Coaching in der Praxis
- Coaching Prozess
- Design Coaching
- Zielgruppe und Nutzen

Einstieg

3

- Die meisten Kaufentscheidungen werden unbewusst getroffen. Hier sind Wert und Motive die traditionell oder aus Erfahrungen entstehen maßgeblich.
- Was vermittelt Ihnen die Automarke Jaguar?
- Diese Wert entstehen im Limbische System und werde somit im Neuro-Markting genutzt

Was tut ein MMC?

4

- Ein Marketing Multimedia Coach analysiert anhand von Fragebogen und Gesprächen die Unternehmensvision und vergleicht diese mit dem Produkt und mit der Zielgruppe.
- Hier geht es Abweichungen zu erkennen und Maßnahmen mit dem Unternehmen zu Erarbeiten.
- Die abgefragten Werte werden einem Motiv zugeordnet (Macht-, Inspirations oder Konstanzmotiv)

Coaching in der Praxis

5

- Aus Praxis-Sicht heißt dies für ein Unternehmen, exakt jene Werte in der Unternehmenskommunikation auszusenden, die die Zielgruppe für entscheidend hält, um das beworbene Produkt bzw. Dienstleistung zu erwerben.
- Zu Beginn werden auf Ihr Unternehmen bezogene Analysen erstellt, diese sind ein wesentlicher Baustein für die Entwicklung Ihrer neuen Strategie.

Coaching Prozess

6

- Gemeinsam werden bestehende Werbemittel wie Drucksorten, Werbespots, Homepage-Design, Radiospots und dgl. genau analysiert und Verbesserungspotenziale aufgezeigt.
- Als nächstes wird ein Maßnahmenkatalog erstellt und die Werbung Schritt für Schritt an die Bedürfnisse der Zielgruppe angepasst.

Design Coaching

7

- Tools und Checks im Design Coaching:
 - ▣ Farbpsychologisches Profil
 - Farben → unterschiedliche Assoziationen im Unterbewusstsein
Bedeutung der Farben
 - ▣ Logo Check
 - Damit werden Symbole und Firmenzeichen auf Markenfähigkeit, die Informationen auf Multimediafähigkeit überprüft und der aktuelle Kommunikationswert abgefragt
 - Grundlage: Neuromarketingforschung und Semiotik (Lehre von Zeichen & Bedeutung)
 - ▣ Web Check
 - Überprüfung des Mediendesigns, Inhalte und der Kommunikation
 - ▣ Sujetcheck
 - Er hilft zur Visualisierung, inwieweit das Sujet in Resonanz mit den Bedürfnissen der Zielgruppe steht

Zielegruppe und Nutzen

8

- Gerade wenn es um grundlegende Entscheidungen, wie der Corporate Design Entwicklung geht, kann diese Coaching-Methode Unternehmen immens viel Geld sparen.
- Welches Unternehmen kann es sich in Zeiten wie diesen leisten, Botschaften auszusenden, die bei der Zielgruppe nicht ankommen, nicht entsprechend wahrgenommen werden und in der Folge auch nicht zum Kauf führen?
- Diese Coaching ist eine Hilfe für Unternehmer vor allem im KMU Bereich.