

2012

sawi
WO PRAXIS SCHULE MACHT.

Strategischer Planer

In Kooperation mit:



bsw leading swiss agencies

und der Account Planning Group Switzerland

Vorteile am SAWI

Diese Faktoren sprechen für eine Weiterbildung am SAWI:

- / über 40 Jahre Erfahrung im Weiterbildungsbereich in den Branchen Marketing, Werbung und Verkauf
- / überdurchschnittlich hohe Erfolgsquoten bei den eidg. Fachausweisen und Höheren Fachprüfungen
- / über 20'000 Studenten seit der Gründung
- / begrenzte Klassengrössen und dadurch hoher Interaktionsgrad zwischen Dozenten und Studenten
- / hochkarätige Dozenten von Universitäten und Fachhochschulen sowie praxiserprobte Profis von führenden Unternehmen
- / individuelle und persönliche Betreuung der Klassen
- / grosse und helle Schulräume mit leistungsfähigem WLAN-Zugang
- / 18 PC-Workstations mit Gratis-Internetzugang
- / diverse Räume für Gruppen- oder Einzelarbeiten
- / Lounge mit Automatenverpflegung, Kühlschrank und Kochmöglichkeit
- / Kantine mit warmer Küche
- / Tiefgarage mit diversen Parkplatzmöglichkeiten (gebührenpflichtig)

Die wichtigsten Lehrgangs-Fakten in Kürze:

Gesamtdauer:	3 Monate
Anzahl Lektionen:	33 Lektionen
Abschluss:	SAWI-Attest



Inhaltsverzeichnis

Ausbildungsziele	4
Teilnehmende / Zulassungsbedingungen	5
Ausbildungsmethodik / Ausbildungsinhalte	6 / 7
Lehrgangsattest / Organisation	8
Lehrgangsort / Lehrmittel / Anmeldung / Kontakt	9

Hinweis zur Lesbarkeit

Wir verwenden der leichten Lesbarkeit halber die männliche Form bei Personenbezeichnungen; die weibliche Form ist integriert.

Ausgangslage und Ausbildungsziele

Die Rolle des Strategischen Planers

(a) Die Aufgabe des Strategischen Planers ist es, dafür zu sorgen, dass Strategien entwickelt werden, die nicht nur der Kundenperspektive, sondern vor allem der Konsumentenansicht gerecht werden und die Vitalität von Marken nachhaltig fördern. Die wichtigste Funktion des Planers besteht darin, der Kreation und der Beratung zu helfen, gezieltere, relevantere, vertrauenserweckendere und effizientere Kommunikation zu betreiben. Das macht er auf verschiedene Wege:

- ✓ Durch exakte Bestimmung, welche Aufgaben Kommunikation in den einzelnen Märkten erfüllen muss
- ✓ Durch gezieltere Information der Kreation über internationale Trends
- ✓ Durch Vermittlung von „Consumer Insights“ in den kreativen Entwicklungsprozess
- ✓ Durch standhafte Verteidigung der Kreativprodukte vor Kompromissen
- ✓ Durch Unterstützung der internen Weiterbildung der Abteilungen Beratung und Kreation
- ✓ Als Sparringpartner der Beratungsgruppenleiter und Creative Directors.

(b) Die Aufgabe des strategischen Beraters ist es, Projekte, welche der Kommunikation vorgelagert sind, anzureissen und selbstständig zu betreuen. Die Palette der möglichen Projekte ist sehr breit – zum Beispiel: Analyse und Optimierung der Markenpolitik, Definition der Kommunikationsbedürfnisse und Erarbeitung von Briefings für spezifische Agenturen, ganzheitliche Kommunikationsstrategien entwickeln etc. Dies sind oft keine klassischen Aufgaben einer Werbeagentur, sondern werden von Consultants oder etablierten Beratungsunternehmungen angeboten.

Die Ziele des Kurses

Der Kurs soll den Teilnehmern in erster Linie das methodische Basiswissen für eine erfolgreiche Strategische Planung vermitteln. Die Studenten werden befähigt, mit dem erworbenen Wissen Kommunikationskampagnen nach strategischen Vorgaben zu analysieren, zu planen und umzusetzen. Dabei wird auch an Hand von Best-Cases aufgezeigt, wodurch sich erfolgreiche Kommunikationskampagnen unterscheiden, die auf Basis einer klar formulierten Strategie erarbeitet wurden.



Label / Teilnehmende / Dozenten

Label

Der Kurs wird in enger Zusammenarbeit mit dem Bund Schweizer Werbeagenturen (bsw) und der Account Planning Group Switzerland durchgeführt. Diese beiden Organisationen garantieren mit ihrem grossen Netzwerk eine hohe Dozentenqualität und sind mitverantwortlich für einen praxisorientierten, bedürfnisgerechten und aktuellen Unterrichtsinhalt.

Das SAWI-Attest wird zusammen mit den genannten Organisationen ausgestellt.

Teilnehmende

Der Kurs richtet sich in erster Linie an Mitarbeitende in Werbeagenturen mit einigen Jahren Berufserfahrung im Bereich Kommunikationsberatung. Es sind aber auch grundsätzlich Kommunikationsprofis in Unternehmen angesprochen, die vor allem im Bereich des strategischen Kommunikationsmanagements tätig sind.

Die Kursabsolventen sind entweder als Projektverantwortliche oder auf einer übergeordneten Managementstufe innerhalb eines Unternehmens tätig.

Dozenten

Der Dozentenstab besteht aus erfolgreichen und namhaften Persönlichkeiten aus der nationalen und internationalen Kommunikationspraxis. Die Dozenten sind in der Regel Inhaber von grösseren Werbeagenturen oder innerhalb derselben in geschäftsführenden Funktionen tätig. Die Lehrkräfte weisen ein überdurchschnittliches Know-how auf.



Ausbildungsinhalte

Modul I: Grundlagen der Strategischen Planung

Inhalte

- / Entwicklung, Rolle und Aufgaben der Strategischen Planung
- / Strategische Planung: Prozesse, Ablauf und Tools
- / Grundlagen der strategischen Markenkommunikation (1)
- / Grundlagen der strategischen Markenkommunikation (2)
- / Effektivität und Kreativität: Strategische Planung aus Sicht der Kreation
- / Creative Planning: Von der Strategie zum Kreativbriefing (1)
- / Creative Planning: Von der Strategie zum Kreativbriefing (2)
- / Ideen verstehen und beurteilen: Vom Kreativbriefing zur Kreation
- / Strategische Planung aus Sicht von Channel- und Mediaplanung
- / Marktforschung: Möglichkeiten und Grenzen
- / Kommunikations-Controlling und Effizienz

Modul II: Werkzeugkasten des Strategischen Planers

Inhalte

- / Markenwert und Markenbewertungs-Instrumente
- / Markt- und Umfeldanalysen: Trends, Tendenzen, Chancen und Gefahren
- / Trendanalysen: Wie die Trendforschung Strategische Planung effektiver macht
- / Kundentypologisierung und -segmentierung
- / Consumer Insight und Community Insight: Der Mensch im Konsument
- / Knowledge Management: Aufbau von Datenbanken und Monitorings
- / New Business: Rolle der Strategischen Planung in der Akquisition
- / Effektive Durchführung von Workshops mit Planning-Tools
- / Best Practice Fallstudie (1)
- / Best Practice Fallstudie (2)
- / Briefing Gruppenarbeit (Erarbeitung Kreativbriefing)



Ausbildungsinhalte

Modul III: Impact und Digital Planning

Inhalte

- / Mediastrategie: Grundrichtungen und Modelle
- / Mediastrategie: Einführung in Planungstools
- / Impact Planning als neue Disziplin
- / Digital Planning (1)
- / Digital Planning (2)
- / Gruppenarbeit Kreativbriefing
- / Gruppenarbeit Kreativbriefing
- / Gruppenarbeit Kreativbriefing
- / Präsentation Gruppenarbeiten und Beurteilung/Diskussion
- / Präsentation Gruppenarbeiten und Beurteilung/Diskussion
- / Strategische Planung als Disziplin: Zusammenfassung und Ausblick

Lehrgangsattest/Organisation

Attest

Teilnehmer, welche mindestens 80% der Unterrichtsstunden besucht haben, erhalten ein detailliertes Lehrgangsattest. Dieses SAWI-Attest wird zusätzlich vom bsw und der Account Planning Group Switzerland zertifiziert und weist detailliert aus, welche Inhalte und Themen unterrichtet wurden.

Kontakt

SAWI Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing,
Werbung und Kommunikation
Stettbachstrasse 6
8600 Dübendorf

Telefon 044 802 25 00
Telefax 044 802 25 25
info@sawi.com
www.sawi.com

Lehrgangsleitung



MICHAEL BROGLIN
Leiter Lehrgänge & Verkauf

m.broglin@sawi.com

Lehrgangsbetreuung



PATRIZIA GILGEN
Lehrgangsbetreuerin

p.gilgen@sawi.com

Fachliche Begleitung



PETER SCHAEFER

Planning Director und Mitglied der Geschäftsleitung
EURO RSCG Schweiz
Präsident Account Planning
Group Switzerland

bsw und Account Planning
Group Switzerland

Lehrgangsort / Lehrmittel / Anmeldung

Lehrgangstart

26. April 2012

Lehrgangsdauer und Lehrgangstage

Die Ausbildung umfasst 33 Lektionen an 6 Tagen in 3 Modulen.

Der Unterricht findet jeweils an zwei aufeinanderfolgenden Tagen statt: Donnerstag von 13.30 Uhr bis 21.00 Uhr und am Folgetag Freitag von 08.30 Uhr bis 14.00 Uhr.

Die detaillierten Lehrgangsdaten sind auf dem Anmeldeformular ersichtlich.

Lehrgangsdokumentation

Die Teilnehmer erhalten praxisorientierte Lehrgangsdokumentationen.

Lehrgangsort

SAWI Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing,
Werbung und Kommunikation
Stettbachstrasse 6, 8600 Dübendorf
Telefon 044 802 25 00
Telefax 044 802 25 25
www.sawi.com, info@sawi.com

Der Lehrgang findet im SAWI Ausbildungszentrum in Dübendorf statt. Nur wenige Gehminuten vom Bahnhof Zürich-Stettbach entfernt, der mit der S-Bahn in acht Minuten ab Hauptbahnhof Zürich erreichbar ist. Mit dem Auto erreicht man das SAWI Ausbildungszentrum in drei Fahrminuten ab Autobahnabfahrt Dübendorf. Im Gebäude des Ausbildungszentrums befindet sich ein kostenpflichtiges Parkhaus.

Anmeldung

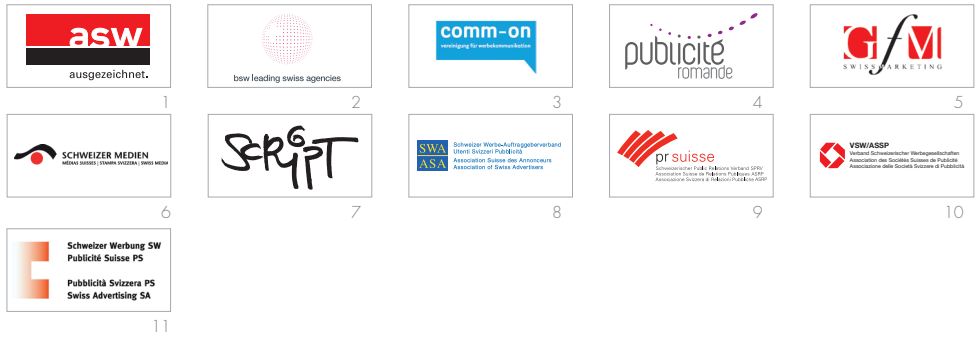
Die Anmeldung erfolgt mit beiliegendem Formular. Anmeldungen werden nach Eingang berücksichtigt.



Trägerschaft, Sponsoren, Kooperationspartner

SAWI wurde 1968 als Verein mit der Idee gegründet, dass sich die Ausbildung und Weiterbildung durch die Branche selbst organisiert, konzipiert und gestaltet. Alle führenden Verbände und Vereinigungen der Schweizer Kommunikationsbranche – Berufsorganisationen, Unternehmen, Werbeagenturen, Zeitungsverleger – gehören der Trägerschaft SAWI an oder sind Sponsoren bzw. Kooperationspartner. Heute umfasst der Verein über 200 Mitglieder. Sie tragen massgeblich zum Erfolg und Bestehen des SAWI bei. Ihnen gehört unser Dank.

Trägerschaft



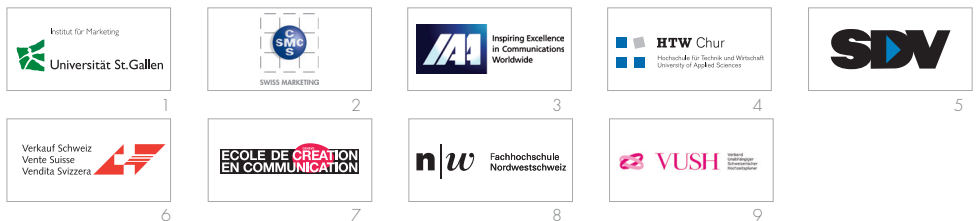
1. Allianz Schweizer Werbeagenturen ASW 2. BSW leading swiss agencies 3. Vereinigung für Werbekommunikation common 4. Publicité romande
5. Gesellschaft für Marketing GfM 6. Verband Schweizer Medien 7. Script Schweizer Texterinnen- und Texterverband 8. Schweizer Werbeauftraggeberverband SWA
9. Schweizerischer Public Relations Verband SPRV 10. Verband Schweizer Werbegesellschaften VSW 11. Verband Schweizer Werbung SW

Sponsoren



1. APG Allgemeine Gesellschaft 2. iSource 3. Keystone 4. M+K Marketing & Kommunikation 5. NZZ Media 6. Publicitas 7. PubliGroupe SA 8. Publisuisse SA

Kooperationspartner



1. Universität St.Gallen 2. Swiss Marketing 3. IAA International Advertising Association 4. HTW Chur 5. Schweizer Direktmarketing Verband SDV 6. Verkauf Schweiz
7. Ecole de création en communication 8. Fachhochschule Nordwestschweiz 9. Verband Unabhängiger Schweizerischer Hochzeitsplaner VUSH



SAWI Schweizerisches Ausbildungszentrum für Marketing, Werbung und Kommunikation,
Stettbachstrasse 6, 8600 Dübendorf/Zürich. Tel. 044 802 25 00, Fax 044 802 25 25.
Ausbildungszentren in Zürich, Bern, Lausanne und Genf.

SAWI Centre suisse d'enseignement du marketing, de la publicité et de la communication,
Maison de la Communication, Av. Florimont 1, 1006 Lausanne. Tél. 021 343 40 60, Fax 021 343 40 61.
Centres de formation à Lausanne, Genève, Zurich et Berne.
www.sawi.com, info@sawi.com