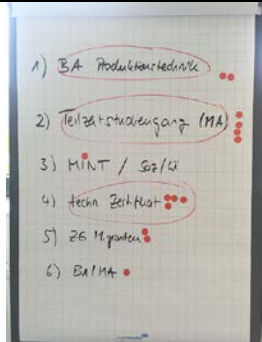



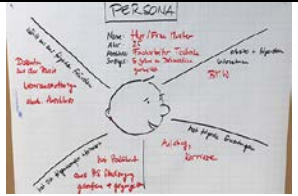
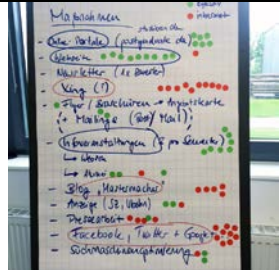


Wochenplan	Lernziel(e)	Zeitplan	Inhalte	Methoden	Referent	Medien
		8.45 – 9.00	Eintreffen und Kaffee			
Tag 1, 9.00 – 15.00 Uhr	Grundlagen der Marktanalyse und theoretische Hintergründe der Zielgruppensegmentierung verstehen Analyseformen voneinander abgrenzen können Eigene (Vor-) Analysen durchführen Segmentierung der eigenen Zielgruppen vornehmen können	9.00 – 9.45	<ul style="list-style-type: none"> Begrüßung & Erläuterung des organisatorischen Rahmens Vorstellungsrunde Festlegung der Arbeitsgruppen 	Plenum Themensammlung: Abstimmung über Klebepunkte	Jutta Haubenreich	
		9.45 – 10.45	Analyse des eigenen Weiterbildungsangebots anhand der Marktbeschreibung: <ul style="list-style-type: none"> Beschreiben Sie Ihr Weiterbildungsangebot in einem Satz. Wie wird Ihr Weiterbildungsangebot von anderen abgegrenzt? TOP 3 Alleinstellungsmerkmale des Angebots Wettbewerbsanalyse: <ul style="list-style-type: none"> Wer ist Mitbewerber, wo aktiv? Top 3 Keyplayer 	Abwechselnd Vortrag und Gruppenarbeit an Stellwänden	Jutta Haubenreich	
Stundenplan WS Zielgruppen	Erstellt von	Geprüft von		Datum	Vermerk	
Version 1.1	Jutta Haubenreich	Ingrid Breitenberger		18.7.2016	tbd	

		10.45 – 11.00	<i>Kaffeepause</i>			
		11.00 – 12:00	<p>Analyse der Zielgruppen</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Individuell (z.B. Länder) ▪ Unternehmensspezifische, Branchen ▪ Multiplikatoren /Partner / Kontakte <p>Potenzialanalyse des Marktes</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Beispiel für SWOT-Analyse 	Abwechselnd Vortrag und Gruppenarbeit an Stellwänden (im Hauptraum)	Jutta Haubenreich	
		12:00 – 13:00	<i>Mittagspause</i>			
		13.00 – 13.30	Vorstellung des mint.online Schemas zur Zielgruppensegmentierung	Vortrag	Jutta Haubenreich	
		13.30 – 14.30	Analyse der Zielgruppen anhand eines eigenen Segmentierungskriteriums	Gruppenarbeit an Round Tables	Jutta Haubenreich	



Stundenplan WS Zielgruppen	Erstellt von	Geprüft von	Datum	Vermerk
Version 1.1	Jutta Haubenreich	Ingrid Breitenberger	18.7.2016	tbd

		14.30 – 15.00	Entwicklung der Zielgruppen-Persona anhand der Segmentierungskategorien Vergleich und Abschlussdiskussion, Erwartungsabfrage für Tag 2	Im Plenum an den Stellwänden	Jutta Haubenreich	
--	--	---------------	--	------------------------------	-------------------	---

Wochenplan	Lernziel(e)	Zeitplan	Inhalte	Methoden	Referent	Medien
Tag 2, 9.00 – 12.30 Uhr	Entwicklung eines Konzepts zur Öffentlichkeitsarbeit inkl. Maßnahmenplan für die an Tag 1 definierten Zielgruppen	9.00 – 9.15	Begrüßung, Rückschau und Feedback erster Tag, Erwartungen			
		9:15 – 9:45	Analyse des eigenen bisherigen Maßnahmenportfolios, besonders im Hinblick auf Zielgruppenspezifik	Abfrage im Plenum, Abstimmung über Klebepunkte	Jutta Haubenreich	
		9.45 – 10.45	Vorstellung möglicher Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit <ul style="list-style-type: none"> • Kurzer Überblick zur "klassischen" Öffentlichkeitsarbeit (Pressearbeit, Messen, Mailings) • Digitales Marketing: 	Vortrag	Jutta Haubenreich	

Stundenplan WS Zielgruppen	Erstellt von	Geprüft von	Datum	Vermerk
Version 1.1	Jutta Haubenreich	Ingrid Breitenberger	18.7.2016	tbd

Planung Workshop Zielgruppenansprache / Bildungsmarketing

			Suchmaschinenoptimierung , Social Media (Kanäle, Community Management), Newsletter			
		10.45 – 11.00	<i>Kaffeepause</i>			
		11.00 – 12.00	Entwicklung eines Maßnahmenplans für jeweils eine der am Vortag identifizierten Zielgruppen <ul style="list-style-type: none"> • Maßnahmenauswahl • Zeitplan • Erfolgsindikatoren 	Gruppenarbeit an Round Tables	Jutta Haubenreich	
		12.00– 12.30	Vorstellung der Maßnahmenpläne, Abschlussdiskussion	Im Plenum	Jutta Haubenreich	

Stundenplan <i>WS Zielgruppen</i>	Erstellt von	Geprüft von	Datum	Vermerk
Version 1.1	Jutta Haubenreich	Ingrid Breitenberger	18.7.2016	tbd