

## ALLGEMEINE INFORMATIONEN

**Teilnahmegebühr:**

€ 390,00 (zzgl. MwSt.) für Teilnehmer aus den Mitgliedsverlagen der Landesverbände des BDZV  
 € 540,00 (zzgl. MwSt.) für übrige Teilnehmer

**Leistungen:**

Im Preis enthalten sind die Kosten für Mittagessen, Tagungsgetränke und Teilnehmerunterlagen.

**Kontakt:**

ZV Zeitungs-Verlag Service GmbH  
 Jennifer Nehls  
 Markgrafenstraße 15 · 10969 Berlin  
 Tel.: 030 / 72 62 98-244 · Fax: 030 / 72 62 98-243  
 E-Mail: seminar@bdzv.de

**Bei Rücktritt**

Sollten Sie an einer gebuchten Veranstaltung nicht teilnehmen können, bestehen folgende Optionen:

- Sie können sich durch einen Ersatzteilnehmer vertreten lassen.
- Sie können die gebuchte Veranstaltung stornieren.
  - Bei Stornierungen bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird eine nicht erstattungsfähige Bearbeitungsgebühr von 10 % des Teilnahmebetrages erhoben.
  - Bei Stornierungen nach diesem Termin oder Nichterscheinen ohne vorherige Stornierung wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig.
- Bitte beachten Sie: Alle Änderungen und Stornierungen sind nur schriftlich möglich.

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Sie unter [www.zv-online.de](http://www.zv-online.de) finden.

## ANMELDUNG

**Neuen Lesern auf der Spur – Innovatives  
 Vertriebsmarketing im Zeitungsverlag**

am 27. Oktober 2010 in Berlin

ZV Zeitungs-Verlag Service GmbH  
 Jennifer Nehls · Markgrafenstraße 15 · 10969 Berlin

**Fax: 030 / 72 62 98-243**

BDZV-Mitglied     kein BDZV-Mitglied

**Reservieren Sie bitte verbindlich für:**

\_\_\_\_\_  
 Name/Vorname

\_\_\_\_\_  
 Verlag

\_\_\_\_\_  
 Funktion

\_\_\_\_\_  
 Telefon

\_\_\_\_\_  
 E-Mail

\_\_\_\_\_  
 Datum/Unterschrift

**Rechnungsanschrift**

\_\_\_\_\_  
 Firmierung

\_\_\_\_\_  
 Straße/Hausnummer

\_\_\_\_\_  
 PLZ/Ort



Neuen Lesern auf  
 der Spur – Innovatives  
 Vertriebsmarketing im  
 Zeitungsverlag

am 27. Oktober 2010 in Berlin



## INHALTE

Professionelles Vertriebsmarketing ist wichtiger denn je. Je mehr die Vertriebslöse zum Gesamtergebnis der Zeitungsverlage beitragen, umso entscheidender wird die Frage nach der erfolgreichen Positionierung im Markt. Ungewöhnliche Aktionen und offensives Branding unterstreichen Charakter und Nutzwert des Printprodukts.

Im Mittelpunkt dieses Workshops stehen sowohl Fragen der Abo-Werbung als auch des Einzelverkaufs. Verschiedene Marketing-Aktivitäten werden unter die Lupe genommen, die zum Ziel haben, die Leserblattbindung zu festigen und neue Leserpotenziale zu erschließen.

Anhand von Best-Practice-Beispielen werden die klassischen Vertriebsmarketing-Werkzeuge, Event-Aktionen und bereichsübergreifende Projekte bis zur Erhebung mikrogeografischer Daten zur Verhinderung von Abbestellungen vorgestellt. Nur durch intensive Marktbearbeitung wird die aktive Kundenbindung und -gewinnung erfolgreich sein.

### Referenten



Martin Menkhoff, Vertriebs- und Marketingleiter,  
Verlagsgesellschaft Madsack, Hannover

Alexandra Wildner, Vertriebsleiterin/Marketingleiterin  
Lesermarkt, Mittelbayerischer Verlag KG, Regensburg

## THEMENSCHWERPUNKTE

- **Produkt-, Distributions-, Preis- und Kommunikationspolitik**
- **Kooperation Redaktion/Lesermarkt**  
Fallstudien, Ortsstrategien, Ortswelten,  
MZ Bürgerforum
- **Kundenbindung**  
CRM, Mikromarketing, Reklamationsmanagement,  
Instrumente der Kundenbindung, Kundenkartensysteme
- **Zielgruppen**  
Klasse, Definition, Sinus Milieus
- **Event-Marketing**
- **Marketing-Controlling**
- **Einzelverkauf**  
Zusammenarbeit mit dem Grossisten, Möglichkeiten am Point of Sale, Mehrverkäufe durch Cross-Selling-Aktionen

## VERANSTALTUNG

### 27. Oktober 2010

Beginn	10.00 Uhr
Mittagessen	13.00 Uhr
Fortsetzung	14.00 Uhr
Ende	17.30 Uhr

### Veranstaltungsort:

Adina Apartment Hotel Berlin Checkpoint Charlie  
Krausenstraße 35-36  
10117 Berlin  
Telefon 030 / 200 767-0  
Telefax 030 / 200 767-599

### Übernachtung:

Im Adina Apartment Hotel ist für alle Teilnehmer ein Zimmerkontingent geblockt, auf das im Bestätigungsschreiben hingewiesen wird.

### Zielgruppe:

Mitarbeiter und Nachwuchskräfte, Neu- und Quereinsteiger im Vertriebsmarketing der Zeitungsverlage