NEXIO Online Akademie GmbH

Marketing Aufbaukurs - Dialogmarketing

Marketing Grundlagen · Anbieter: NEXIO Online Akademie GmbH

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: 942 €

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Zeitgebunden
Dauer	2 Wochen in Vollzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 3 Monate
Vorkenntnisse	Berufliche Vorerfahrung
Abschluss	Trägerinternes Zertifikat bzw. Teilnahmebescheinigung

Kurzbeschreibung

Möchtest Du Dein Wissen im Marketing erweitern und lernen, wie Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen erfolgreich im Dialogmarketing bewerben? In unserem Kurs erhältst Du eine verständliche umfassende Einführung in die wichtigsten Dialogmarketingkonzepte und -strategien. Du lernst, wie Dialogmarketing wirkt, was die Erfolgsfaktoren sind und wie die Wirksamkeit verstärkt werden kann. Der …

Bildungsträger & Kontakt

NEXIO Online Akademie GmbH

Am Herrschaftsweiher 11, 67071 Ludwigshafen am Rhein

Telefon: 0800 100 87 34

E-Mail: beratung@nexio-akademie.de

Web: https://nexio-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Möchtest Du Dein Wissen im Marketing erweitern und lernen, wie Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen erfolgreich im Dialogmarketing bewerben? In unserem Kurs erhältst Du eine verständliche umfassende Einführung in die wichtigsten Dialogmarketingkonzepte und -strategien. Du lernst, wie Dialogmarketing wirkt, was die Erfolgsfaktoren sind und wie die Wirksamkeit verstärkt werden kann. Der Kurs zeigt Dir, wie die Instrumente des Dialogmarketing wirkungsvoll eingesetzt werden können – von der Planung bis zur Umsetzung und dem Controlling. Durch spannende Projektarbeiten wie Kampagnenplanung und Casestudies bereitest Du Dich optimal auf die berufliche Herausforderung vor.

02 Lehrplan & Module

1. Dialogmarketing - Direktmarketing

Du lernst, wie sich Dialogmarketing aus dem klassischen Direktmarketing entwickelt hat und was es von Massenkommunikation unterscheidet. Im Zentrum steht die gezielte, individuelle Ansprache mit messbarer Reaktion.

2. Instrumente des Dialogmarketing

Mailings, Telefonmarketing, E-Mail-Marketing, Newsletter, Haushaltswerbung und Kundenmagazine werden vorgestellt und verglichen. Du erfährst, welches Instrument sich für welche Zielsetzung eignet.

3. Dialogmarketing-Konzepte

Du entwickelst Dialogmarketing-Konzepte für Neukundengewinnung, Kundenbindung und Reaktivierung. Dabei verbindest du Ziele, Zielgruppen, Angebot und Kanäle zu einem schlüssigen Gesamtplan.

4. Datamining - Database Marketing

Hier geht es um den Aufbau und die Pflege von Kundendatenbanken sowie um Verfahren der Datenanalyse wie Segmentierung und Scoring. Du lernst, aus Kundendaten Muster abzuleiten und gezielt für Kampagnen zu nutzen.

5. Zielgruppenmanagement

Du segmentierst Kunden nach soziodemografischen, verhaltensbezogenen und wertorientierten Merkmalen. Methoden wie die RFM-Analyse oder Kundenwertberechnung helfen dir, Zielgruppen zu priorisieren.

6. Dialogwerbemittel / Medien

Brief, Katalog, Beilage, E-Mail und digitale Formate haben jeweils eigene Gestaltungsregeln. Du lernst den Aufbau wirksamer Werbemittel kennen, etwa die Kombination aus Kuvert, Brief, Prospekt und Antwortelement.

7. Wirkungsweisen und Wirksamkeitsverstärkung

Du beschäftigst dich mit den Wahrnehmungs- und Lesemustern von Empfängern und mit der Frage, wie Werbemittel Aufmerksamkeit erzeugen. Gestaltungselemente, Personalisierung und Verstärker wie Fristen oder Prämien werden gezielt eingesetzt.

8. Erfolgsfaktoren

Liste, Angebot, Timing und Gestaltung entscheiden über den Erfolg einer Dialogkampagne. Du erfährst, wie diese Faktoren zusammenwirken und wie du sie systematisch optimierst.

9. Zieldefinition und Ressourcenplanung

Du formulierst messbare Kampagnenziele und planst Budget, Personal und Zeitrahmen. Auch die Abstimmung mit Dienstleistern wie Lettershops oder Callcentern wird betrachtet.

10. Zielgruppen

In der Kampagnenplanung legst du fest, welche Zielgruppen angesprochen werden. Du lernst, interne Kundendaten und externe Adressquellen zu bewerten und passende Selektionen zu bilden.

11. Datenqualifizierung

Adressbereinigung, Dublettenabgleich, Anreicherung und Aktualisierung von Daten stehen hier im Fokus. Ebenso wichtig sind die datenschutzrechtlichen Vorgaben der DSGVO und des UWG für Werbung per Post, Telefon und E-Mail.

12. Medienauswahl

Du wählst Kanäle und Medien passend zu Zielgruppe, Ziel und Budget aus. Dabei vergleichst du Reichweite, Kosten und Reaktionsquoten von Print-, Telefon- und Onlinekanälen.

13. Wirkungsverstärker

Gutscheine, Fristen, Gewinnspiele, Gratisproben und Personalisierung können die Reaktionsquote erhöhen. Du lernst, solche Wirkungsverstärker sinnvoll und rechtlich zulässig einzusetzen.

14. Messgrößen festlegen

Vor dem Start einer Kampagne legst du fest, woran ihr Erfolg gemessen wird. Responsequote, Konversionsrate, Kosten pro Auftrag und Kundenwert dienen dabei als zentrale Messgrößen.

15. Controlling und Responsemanagement

Du lernst, Rückläufe zu erfassen, Reaktionen zeitnah zu bearbeiten und Kampagnen auszuwerten. Testverfahren wie A/B-Tests helfen dir, künftige Maßnahmen gezielt zu verbessern.

16. Customer Journey

Die Customer Journey bildet alle Berührungspunkte eines Kunden mit dem Unternehmen ab. Du analysierst diese Kontaktpunkte und planst Dialogmaßnahmen entlang der einzelnen Phasen.

17. Kennziffern auswerten: CPO, CPC, Conversion und Response

Du berechnest und interpretierst Kennziffern wie Cost per Order, Cost per Click, Konversionsrate und Responsequote. Aus den Ergebnissen leitest du Entscheidungen zur Optimierung von Kampagnen ab.

18. Kundenbindung, -management, -wiedergewinnung

Strategien zur Kundenbindung, Kundenbetreuung und Rückgewinnung abgewanderter Kunden werden hier behandelt. Treueprogramme, Beschwerdemanagement und Reaktivierungskampagnen sind dabei zentrale Bausteine.

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Trägerinternes Zertifikat bzw. Teilnahmebescheinigung

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Berufliche Vorerfahrung

Vorausgesetzt für alle Kurse der Marketing-Aufbau-Reihe werden allgemeine Grundlagen wie PC-Kenntnisse und MS-Office-Grundkenntnisse sowie Deutschkenntnisse (mind. Niveau B2). Außerdem erforderlich sind ein allgemeinbildender Bildungsabschluss sowie erste Berufserfahrungen. Grundkenntnisse im Marketing werden ebenfalls vorausgesetzt.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende

Mögliche Berufsbilder: E-Mail-Marketing Manager, Customer Marketing Manager, Data-Driven Marketing Manager

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

NEXIO Online Akademie GmbH · Am Herrschaftsweiher 11, 67071 Ludwigshafen am Rhein
0800 100 87 34 · beratung@nexio-akademie.de · https://nexio-akademie.de

Online ansehen