Media-Planung

Finanzielle Aspekte

- Plankosten/Streukosten
- Kontaktsummen
- 1000-Leserpreis
- 1000-Kontaktpreis

Teilnehmer

- Auftraggeber
- Evt. Werbe-/Mediaagentur
- Zielgruppe
  - Quantitative Merkmale
  - Qualitative Merkmale

Methodik

- Briefing/Input (durch Auftraggeber)
- Situations- und Marktanalyse
- Zielgruppen-Definition
- Mediaziele
- Mediastrategiemodell
- Intermedia-Vergleich
- Intramedia-Vergleich
- Mediataktik
- Zielkontrolle

Gestalterische Aspekte

- Vorgaben aus CI des Unternehmens
- Qualitätsansprüche

... ein kreativer Prozess mit vielen Einflussfaktoren!

Ziele

- **Marketingziele**
  - Unternehmensinterne Zielsetzungen
  - Zielsetzungen gegenüber der Konkurrenz
  - Finanzielle Ziele
  - Verbraucherbezogene Ziele
  - Distributionsziele
- **Quantitative Mediaziele**
  - Reichweiten
  - OTS
  - GRP
- **Qualitative Mediaziele**
  - Wissensvermittlung
  - Umfeld der Botschaft (Platzierung, Nutzungssituation usw.)