



account.planning.group

apg Workshop

„Strategische Planung für digitale Medien in der Praxis“

Frankfurt, 14./15. August 2009 (Leo Burnett)

Die digitalen Medien haben bei Konsumenten und Kunden in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Auch Strategen aus klassischen Bereichen müssen sich zunehmend mit digitalen Fragestellungen auseinandersetzen, und dabei gleichzeitig mit neuen internen Zielgruppen, wie z.B. Konzeptern und Informationsarchitekten, zusammenarbeiten.

Fünf langjährige Digital-Strategen geben in diesem 2-tägigen Workshop Einblick in ihr praktisches Tun und liefern den Teilnehmern konkrete Hilfestellung mittels Tools, Best Practice Beispielen und praktischen Übungen, um mit diesen aktuellen Herausforderungen besser umgehen zu können.

Die Themenfelder umfassen:

- 1) Shift of Mind: Ein prägnanter Abriss der wichtigsten Mindset-Faktoren.
- 2) Modul Discovery: Angelehnt am klassischen Discovery-Prozess werden hier Unterschiede und Gemeinsamkeiten aufgezeigt und diverse digitale Tools vorgestellt.
- 3) Modul Strategy: „Same but different“ – Einführung und Erläuterung eines Digital Strategy Models. Vertiefung anhand von Best Practice Beispielen.
- 4) Modul Briefing: Kernbotschaften reichen häufig nicht mehr aus, denn die verschiedenen Digital-Assets stellen z.T ganz andere Anforderungen an das Briefing. Wir geben eine Einführung, was der Planner dazu leisten kann, und welche Tools dabei hilfreich sind.
- 5) Modul Social Media: Praktische Einblicke in die Planung komplexer web 2.0 Projekte.
- 6) Panel Diskussion

Zu allen Modulen werden praktische Übungen als Einzel- oder Gruppenarbeit durchgeführt.

Mehr Infos und das Anmeldeformular gibt es auf www.apgd.de

Bei Fragen Mail an workshop@apgd.de