

Kreativleistungen & Co. rationell im Team beschaffen

Einkauf von Marketingleistungen

Durch eine frühzeitige Einbindung des Einkaufs:
Ausgaben optimieren – Beschaffungsrisiken minimieren!

Das kleine A-B-C des Marketing

- Wie Sie die Sprache der Werbefachleute besser verstehen

Kreativleistung, Marktforschung, Events und Co.

- Wie Sie einzelne Leistungen in Kreativ- und Umsetzungsklassen splitten

Der professionelle Media-Einkauf

- Wie Sie den Mediaplan nutzen

Einkauf von PR-Leistungen

- Wie Sie über eRfx ausschreiben

Der Marketing-Beschaffungsprozess

- Wie Sie die Einkaufs-Phasen effizient gestalten

Verhandlungen mit Agenturen

- Wie Sie Agenturkalkulationen durchschauen und erfolgsorientiert verhandeln

Ihr Weg zum optimalen Marketing-Einkauf

- ➔ Einkaufsprozesse auf den Prüfstand stellen
- ➔ Spannungsfelder zwischen Einkauf und Marketing abbauen
- ➔ Optimierungspotenziale realisieren

Special

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

24. und 25. Juni 2008 in München

19. und 20. August 2008 in Köln

26. und 27. August 2008 in Frankfurt am Main

Hoher Lernerfolg durch begrenzte Teilnehmerzahl!

Ihre Marketing- und Einkaufs-Experten:

Prof. Dr. Harald Vergossen
Hochschule Niederrhein

Oliver Grünh

BrainNet Management Consultants GmbH

Carsten Nazet

Hewlett-Packard GmbH

Dr. Udo von Fragstein

FRANZ Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft

Ihr Mehrwert:

Besuchen Sie das Seminar im Team Einkauf & Marketing. Optimieren Sie so Ihren Marketing-Einkauf gemeinsam!

Ihr essentielles Rechtswissen über:

Agenturvertrag, Urheber- und Nutzungsrechte, Prominente als Testimonials

Medienkooperationen:

DOW JONES
Einkäufer im Markt

sales
BUSINESS

MANAGEMENT CIRCLE®

BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700

Das essentielle Marketing-Wissen für den Einkäufer

Ihr Seminarleiter:

Prof. Dr. Harald Vergossen, Professor für allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing, **Hochschule Niederrhein** und
Oliver Grün, Head of Practice Marketing/Media, **BrainNet Management Consultants GmbH**

Empfang mit Kaffee und Tee,
Ausgabe der Unterlagen **ab 8.15 Uhr**

9.00 Herzlich Willkommen

- Begrüßung durch den Seminarleiter
- Überblick über Inhalt und Ablauf des Seminars

9.15 Marketing Know-how – Was der Einkäufer wissen muss

- Das kleine A-B-C des Marketing
- Die Sprache der „Kreativen“ verstehen

Typologisierung von Marketingdienstleistungen – Warengruppen beim Marketing-Einkauf

- Werbung, Promotions, PR-Leistungen, Marktforschung, Sponsoring, Events und Messen, Online-Marketing, Mediaplanung

Prof. Dr. Harald Vergossen

10.15 Kaffee- und Teepause

10.45 Auswahl und Bewertung von Agenturen

- Entwicklung eines Bewertungssystems für kreative und nicht-kreative Leistungen
- Quellen zur Auswahl der passenden Agentur
- Schaffung eines Agentur-Pools
- Richtiges Briefing von Agenturen
- Gestaltung eines Pitch zur Agenturauswahl
- Gepflogenheiten und Regeln der Marketingbranche

Agenturen betriebswirtschaftlich verstehen

- Wie kalkulieren Agenturen?
- Woraus resultiert das Agentureinkommen?
- Die Rolle von Preislisten in der Agenturbranche

Verhandlung und Vergütung von Agenturleistungen

- Trends in der Agenturvergütung
- Preisvergleiche schaffen
- Leistungsorientierte Vergütung
- Erfolgreiche Verhandlung mit Agenturen
- Kostenersparnis ohne Qualitäts- und Kreativitätsverlust
- Agenturvergütung bei internationaler Zusammenarbeit

Prof. Dr. Harald Vergossen

12.30 Gemeinsames Mittagessen

14.00 Differenzierung der Marketingleistungen in Kreativ- und Umsetzungsklassen

- Zerlegung des Auftrags in Kreativ-Leistungen und Nichtkreativ-Leistungen
 - Kreativ-Leistungen: Konzeption, Markenpositionierung, Mediastrategie etc.
 - Operative Leistungen: Druckleistungen, Asset-Management, Media-Einkauf
- Angebots-Vergabe von Teilleistungen an unterschiedliche Dienstleister
- Leistungen die indirekt über die Agentur an Dritte vergeben werden: Worauf muss ich achten? – Wie kaufe ich diese effizient ein?

Oliver Grün

15.30 Kaffee- und Teepause

16.00 Der effiziente Media-Einkauf

- Festlegung der Einkaufsstrategie aufgrund des Mediaplans
- Verhandlung mit Media-Agenturen und Media-Anbietern bzw. -Vermarktern
- TV: Einfluss der Entscheidungen des Kartellamts und der Ruzicka-Affäre auf den Media-Einkauf
- Außertarifliche Rabatte: Bei welchen Medien sind diese in welcher Höhe zu erzielen?
- Prüfungen durch einen externen Media-Auditor

Oliver Grün

16.45 Abbau des Spannungsfeldes zwischen Einkauf und Marketing

- Ziele und Visionen der Zusammenarbeit
- Gemeinsame Incentivesysteme
- Gegenseitiges Vertrauen schaffen
- Frühzeitige Einbindung des Einkaufs
- Berücksichtigung von Kreativitätsaspekten

Oliver Grün

17.45 Zusammenfassung der Inhalte und Gelegenheit für individuelle Fragen

18.15 Get-Together

Workshop

Get-Together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit Referenten und Teilnehmern!

Mit Einkaufs-Know-how Marketingleistungen beschaffen

Ihr Seminarleiter:
Oliver Grün, Head of Practice Marketing/Media,
BrainNet Management Consultants GmbH, Bonn

9.00 Begrüßung und Überleitung zum zweiten Seminartag

9.05 **Professionelle Beschaffung von PR-Leistungen** Fallstudie

- Spezifische Herausforderungen im Einkauf von PR-Leistungen
- Identifikation der Bedarfe im Marketing und konzernweite Angleichung über mehrere Geschäftsbereiche
- Ausschreibung via eRfX
- Bidders Conference
- Win-Win Situation: Marketing, Einkauf, Agenturen

10.15 Kaffee- und Teepause

10.30 **Systematische Realisierung von Optimierungspotenzialen**

- Wie erhalte ich mehr Leistung für weniger Geld?
- Reduzierung der Lieferanten- und Agenturzahl
- Systematische Bündelung des Bedarfs
- Bündelung von Printleistungen
- Permanente Analyse der Kostenblöcke
- Vor- und Nachteile verschiedener Vergütungsmodelle: pauschale, leistungsbezogene und erfolgsabhängige Vergütung?

11.15 **Der optimale Marketing-Beschaffungsprozess**

- Phasen des Marketing-Einkaufs
- Zusammenarbeit von Einkauf und Marketing innerhalb der Phasen
- Auswahlkriterien einer geeigneten Agentur
- Organisatorische Rahmenbedingungen für eine reibungslose Zusammenarbeit
- Warum ist das Briefing so wichtig?
Wie sieht das „perfekte“ Briefing aus?

Oliver Grün

12.00 Gemeinsames Mittagessen

13.30 **Change Management: auf dem Weg zu einem optimalen Marketing-Einkauf**

- Analyse des bestehenden Beschaffungsprozesses
- Entwicklung eines Projektplans zur Einbindung des Einkaufs in den Marketingbeschaffungsprozess
- Unterstützung des Top Managements
- Einsatz eines unabhängigen Mediators bei Unstimmigkeiten über Vorgehensweisen
- Festlegung regelmäßiger Meetings und Informationspflichten
- Welchen Mehrwert bringt der Einkauf für das Marketing?

14.30 **Ihr Rechtswissen im Zusammenhang mit Marketingdienstleistungen**

Rechtsbeitrag

- Die wichtigsten Regelungen in einem Agenturvertrag
- Prominente als Testimonials
- Wissenswertes zu Urheber- und Nutzungsrechten
- Kreative Leistungen schützen

Dr. Udo von Fragstein
Rechtsanwalt und Gründungspartner,
FRANZ Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft,
Düsseldorf

15.30 Kaffee- und Teepause

15.45 **Optimierung des Einkaufs von Marketingleistungen – Von der Strategie zur Umsetzung** Praxisbeispiel

- Strategiedefinition
- Lieferantenmanagement und -entwicklung
- Betreuen der Marketingabteilung
- Operative Beschaffung; Bestell- und Genehmigungsprozesse
- Umgang mit Ausnahmen, Eskalationen, Fehlverhalten

Carsten Nazet
Commodity Manager Global Procurement EMEA,
Hewlett-Packard GmbH, Böblingen

17.00 **Aufbau eines Performance Measurement**

- Erfolge von Marketing und Einkauf bewerten
- Messung von Kostenoptimierungen im Marketingeinkauf: Was tun, wenn die Vergleichsbasis fehlt?
- Soll-/Ist-Vergleich
- Maßnahmenplanung bei Nichterreichung der Ziele
- Benchmarking: Wie umsetzen?

Oliver Grün

17.45 Zusammenfassung der Inhalte des Tages und Gelegenheit für individuelle Fragen

18.00 Ende des Seminars

INHOUSE TRAININGS

Zu allen Themenbereichen bieten wir auch **firmeninterne Schulungen** an. Ich berate Sie gerne, rufen Sie mich an.



Dirk Gollnick

Tel.: 0 61 96/47 22-646

E-Mail: gollnick@managementcircle.de

Schluss mit dem unregelmäßigem Einkauf von Marketingleistungen! Optimieren Sie Ihren Marketing-Einkauf im Team!

Das Marketing ist ein Kernbereich im Unternehmen, der eigenständig viele Leistungen extern beschafft. **Die Unternehmensleitung fordert hier mehr Ausgabentransparenz und ein reduziertes Beschaffungsrisiko.** Marketing Manager haben jedoch nicht das erforderliche Beschaffungs-Know-how. Wirtschaftlichkeit und Risikokontrolle werden bei dem Einkauf von Marketingleistungen häufig vernachlässigt. Selten werden Agenturangebote kritisch verglichen. Dadurch bleiben **Kostensenkungs- und Optimierungspotenziale** ungenutzt! **Dies ist die Chance für den Einkauf, eine stärkere Rolle bei der Beschaffung von Marketingdienstleistungen einzunehmen!**

Was Sie hier lernen

Im Rahmen des Seminars werden die Vorteile einer engeren Zusammenarbeit zwischen Marketing und Einkauf verdeutlicht. Für diese Aufgabe benötigen Sie als Einkäufer zusätzliches Know-how aus dem Marketing-Bereich:

- **Marketingbasiswissen**
- **Kenntnisse über** die zu beschaffenden Leistungen sowie über die **Besonderheiten der Dienstleister**
- **Fachjargon**
- **Juristisches Hintergrundwissen**

Ihre Vorteile als Einkäufer

- Sie lernen, wie Sie Marketingleistungen in verschiedene Warengruppen differenzieren.
- Sie lernen, Wettbewerbspräsentationen von Agenturen zu vergleichen.
- Sie bekommen wichtige juristische Grundlagen von unserem Rechtsexperten vermittelt!

Ihre Vorteile als Marketing Manager

- Sie erfahren, wie ein Einkäufer handelt und welche Vorteile dies für das Marketing-Procurement hat.
- Sie profitieren von einer besseren Transparenz der Marketingausgaben bei der Verhandlung des Marketing-Budgets.
- Sie lernen, wie Sie einen optimalen Marketing-Beschaffungsprozess aufbauen.

Ihr Mehrwert

Besuchen Sie das Seminar bereits **gemeinsam im Team Marketing und Einkauf**. Sie haben so die Gelegenheit, schon im Seminar eine Optimierung des Beschaffungsprozesses mit Referenten und Teilnehmern zu diskutieren. Sie erhalten als Sonderkondition ausnahmsweise schon ab dem **zweiten Teilnehmer desselben Unternehmens 10 % Preisnachlass**.

Sie haben noch Fragen? Gerne!



Iris Krämer

Iris Krämer

Senior Konferenz Managerin

Tel.: 0 61 96 / 47 22-688

E-Mail: kraemer@managementcircle.de

Dr. Udo von Fragstein ist Gründungspartner der Wirtschaftskanzlei **FRANZ Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft** in Düsseldorf. Er ist schwerpunktmäßig im nationalen und internationalen Vertriebsrecht, Wettbewerbs- und Kartellrecht tätig. Ein weiterer Schwerpunkt seiner Tätigkeit liegt im Handels- und Vertragsrecht.

Oliver Grünh, Dipl.-Wirtsch.-Ing., arbeitet seit einigen Jahren für die Unternehmensberatung **BrainNet Management Consultants GmbH** und ist dort in seiner aktuellen Position als Leiter der Practice „Marketing Procurement“ sowie als Projektleiter tätig. Seine Beratungsschwerpunkte liegen u.a. im Bereich: Kostensenkungsprogramme im Einkauf von Marketing-/Kommunikationsleistungen, Durchführung von Pitches, Einkaufscoaching, Beschaffungsprozessoptimierung im Bereich Marketing/Kommunikation.

Carsten Nazet, Dipl.Ing., Dipl.Kfm., ist derzeit Commodity Manager im Global Procurement bei der **Hewlett Packard GmbH** in Böblingen und verfügt über elfjährige Erfahrung in verschiedenen Funktionen des Bereiches Beschaffung. Seine Schwerpunkte sind die Dienstleistungsbeschaffung von Marketing und IT Leistungen sowie die Entwicklung und Umsetzung von Beschaffungsstrategien.

Prof. Dr. Harald Vergossen ist Professor für allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing an der **Hochschule Niederrhein**. Die Schwerpunkte seiner Tätigkeit umfassen: Marketing- und Vertriebsthemen für Konsumgüterindustrie und -handel, Kommunikationsstrategien, Verkaufsmanagement, Preis- und Konditionenmanagement sowie E-Commerce.

So urteilen begeisterte Teilnehmer

- „Klasse! Wir konnten viele Ansatzpunkte zur Verbesserung unseres Marketing-Einkaufs mitnehmen!“
- „Tolle Referenzen, die das Thema von verschiedenen Seiten beleuchten!“

Medienkooperationen:

Der Newsletter „**Dow Jones Einkäufer im Markt**“ informiert umfassend über alle Themen, die für Einkäufer in

DOWJONES

Einkäufer im Markt

Unternehmen von Bedeutung sind. Er zeigt neue Wege für die Beschaffungspraxis auf und liefert Expertenwissen, wichtige Markt- und Preisinformationen sowie nützliche Tipps, Strategien und Handlungsdirektiven für das tägliche Einkaufsgeschäft. Die Berichterstattung wird durch Interviews, zahlreiche Charts und Grafiken sowie durch weiterführende Kontakte für den aktiven Wissensaustausch ergänzt. Testen Sie zwei Ausgaben kostenlos und unverbindlich!

Kontakt: E-Mail: stefanie.frank@dowjones.com
Telefon: 069/297 25-162

Gesucht: Gute Ideen für Vertrieb und Marketing
Gefunden: salesBUSINESS

sales
BUSINESS

Das Entscheidermagazin für Vertrieb und Marketing bietet wirtschaftsnah und praxisorientiert Informationen für ein erfolgreiches Salesmanagement und liefert mit Best-Practice-Beispielen sowie Branchenreports Entscheidungshilfen für wirksame Markt- und Absatzstrategien. Ständiger Bestandteil sind Berichte aus den Bereichen Marketing, Informationstechnologie, Kommunikation, Kundenmanagement sowie Führungsthemen. Mehr unter www.salesbusiness.de

Kontakt: Gabler Verlag, Abraham-Lincoln-Straße 46,
65189 Wiesbaden, Telefon: 05241/80-1968
Im Internet: www.salesbusiness.de

Warum Sie diese Veranstaltung besuchen sollten

- Sie möchten den **Einkauf der Marketingleistungen professionalisieren** oder die Zusammenarbeit von Einkauf und Marketing verbessern.
- Sie lernen als Einkäufer die „**Sprache**“ der internen und externen **Marketingfachleute** kennen.
- Sie profitieren als Marketing Manager von einer besseren **Transparenz der Marketingausgaben**.

Wen Sie auf dieser Veranstaltung treffen

Die Veranstaltung richtet sich an **Einkaufsleiter**, die den Einkauf von Marketingleistungen im Unternehmen rationalisieren wollen, sowie an **Mitarbeiter des Einkaufs**, die für die Beschaffung von Marketingleistungen zuständig sind. Des Weiteren ist das Seminar interessant für **Führungskräfte und Mitarbeiter der Marketingabteilung**. Idealerweise kommen Sie im Team Einkauf – Marketing! Angesprochen sind darüber hinaus **Mitglieder des Vorstandes** und **der Geschäftsführung**.

Termin und Veranstaltungsort

24. und 25. Juni 2008 in München

Holiday Inn München Süd, Kistlerhofstraße 142, 81379 München
Tel.: 089/780 02-0, Fax: 089/780 02-672
E-Mail: Reservations@holidayinn-muenchen.de

19. und 20. August 2008 in Köln

Sofitel Cologne Mondial Am Dom, Kurt-Hackenberg-Platz 1, 50667 Köln
Tel.: 02 21/20 63-0, Fax: 02 21/20 63-522
E-Mail: h1306@accor-hotels.com



26. und 27. August 2008 in Frankfurt am Main

NH Hotel Frankfurt-Niederrad, Lyoner Straße 5, 60528 Frankfurt
Tel.: 069/666 08-0, Fax: 069/666 08-100
E-Mail: nhfrankfurt-niederrad@nh-hotels.com

Airport-Shuttle auf Anfrage

Zimmerreservierung

Für die Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

 Mit der Deutschen Bahn **ab € 69,-** zur Veranstaltung.
Infos unter:
www.managementcircle.de/bahn  **BAHN**

Über Management Circle

Management Circle steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen.

Die Management Circle AG zählt mit einem umfangreichen Weiterbildungsprogramm zu den **Marktführern** im deutschsprachigen Raum.

Informieren Sie sich aktuell und umfassend unter:

www.managementcircle.de

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.795,-. **Besuchen Sie die Veranstaltung im Team Einkauf – Marketing. Wie bieten ausnahmsweise schon ab dem zweiten Teilnehmer desselben Unternehmens 10 % Preisnachlass.** Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Einkauf von Marketingleistungen

Ich/Wir nehme(n) teil am:

WS

- 24. und 25. Juni 2008 in München** 06-58301
- 19. und 20. August 2008 in Köln** 08-58302
- 26. und 27. August 2008 in Frankfurt am Main** 08-58303

1	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
2	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
3	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
	FIRMENNAME
	STRASSE/POSTFACH
	PLZ/ORT
	TELEFON/FAX

MITARBEITER: BIS 100 100–200 200–500 500–1000 ÜBER 1000

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!

Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL
(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESES MEDIUM INFORMATIONEN DER MANAGEMENT CIRCLE GRUPPE ZU ERHALTEN.)

DATUM	UNTERSCHRIFT
ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT:	
ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN:	ABTEILUNG
RECHNUNG BITTE AN:	ABTEILUNG

Datenschutz-Hinweis: Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG)

Anmeldung/Kundenservice



Telefon: **+49 (0) 61 96/47 22-700**
Fax: **+49 (0) 61 96/47 22-999**
E-Mail: **anmeldung@managementcircle.de**
Internet: **www.managementcircle.de/06-58301**
Postanschrift: **Management Circle AG**
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.
Telefonzentrale: **+49 (0) 61 96/47 22-0**