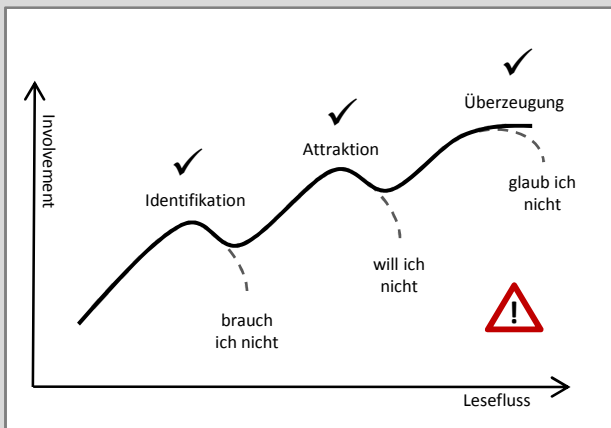


Concept Writing

Wie man überzeugende Konzepte schreibt



Verbalkonzepte gehören zu den am häufigsten eingesetzten Tools, um neuen Produktideen eine Form zu geben. Aus unserer jahrelangen Erfahrung mit dem Testen von Produktkonzepten wissen wir jedoch, dass eine gute Idee oft nur gesehen wird, wenn das Konzept sie richtig ausdrückt.



Man muss kein geborener Texter sein, um die Struktur Insight/Benefit/Reason-to-Believe (RTB) für eine lebendige, überzeugende Darstellung einer Angebotsidee zu nutzen. Richtig entwickelt erzählt ein Konzept eine kleine Geschichte, die über die drei Stufen eine Ja-Kette abbildet und den Empfänger gedanklich mitnimmt.

Folgende Inhalte werden vermittelt:

- Consumer Insight als Konflikt auf der Grundlage des Selbst-und-Ich-Modells
- Benefit als optimale Bewältigungsstrategie für den Konflikt
- Reason-to-believe als Absicherung der Glaubwürdigkeit
- Vermeidung der 10 häufigsten Fehler
- Optimierung der Durchführung und Analyse von qualitativen Konzepttests

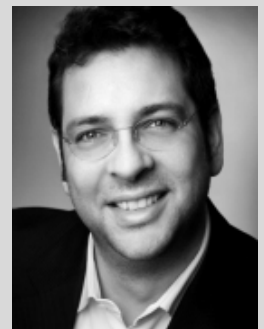
Der eintägige Workshop ist für die Teilnahme von Marketing- und Marktforschungsmanagern konzipiert. Da es sich um einen geschlossenen Workshop handelt, können die Beispiele und praktischen Übungen an Ihre Bedürfnisse angepasst werden.

6-12 Teilnehmer sind optimal. Auf Wunsch organisieren wir Location und Catering.

Markus Küppers

Managing Partner der
September Strategie &
Forschung GmbH

Experte für qualitative
Konzepttests und
Concept Writing



Tel: 0221-933177-21

Mail: kueppers@september-online.de

september >>
STRATEGIE & FORSCHUNG