

Creative Effectiveness – ein spannendes Thema beim Marketingclub

Zu einem hoch kreativen Vortrag in exklusivem Ambiente lud der Marketingclub Salzburg seine Mitglieder im März.

Hoch am Mönchsberg, im Auditorium des Museum der Moderne präsentierte der international renommierte Marketing- und Kommunikationsexperte Gregor Jasch die Theorie der „Creative Effectiveness“.

Warum sind Werbekampagnen erfolgreich? Warum sind manche Ideen so besonders und effektiv zugleich? Gibt es ein Schema hinter einer erfolgreichen kreativen Idee? – all dieser Fragen hatte man sich angenommen und tatsächlich einen standardisierten Ideenentwicklungsprozess definieren können. Alle Top-Kreativen arbeiten nach einem

sehr ähnlichem Schema. Dieser standardisierte Prozess beinhaltet diverse Stufen und Kriterien und funktioniert nach einem präzisen Workflow. Wesentliche Bestandteile sind dabei die optimale Vorbereitung, intensive Briefing-Phasen bis hin zur Ideenfindung und dem finalen Prozessmanagement. Fokussieren sich Kreativteams auf diesen definierten Prozess, ist die Erfolgsgarantie hoch!

Gregor Jasch, GF von PlanB Film & Media in Wien, arbeitet sowohl mit Agenturen als auch Markenverantwortlichen zusammen und ist Spezialist für strategische Markenberatung, Corporate Storytelling und Wirtschaftsfilm. Nach dem interessanten Vortrag ließen die Mitglieder den Clubabend an der Bar des M32 gemütlich ausklingen.



V.l.n.r.: Anton Haller (NCR-Orderman), Susanne Susanka (Museum der Moderne), Claudia Asamer (Porsche Austria Handelsmarketing), Gregor Jasch (PlanB Film & Media).