



sabris aktiengesellschaft
 Dr. Karl Friedrich Trespe
 Carl-Zeiss-Str. 14-18
 D-65520 Bad Camberg

Wir können zu der Veranstaltung im September 2011 nicht kommen, sind aber an den Produkten interessiert. Bitte rufen Sie uns an.

Wir sind an einer Folgeveranstaltung interessiert, bitte merken Sie uns vor.

Teilnahmegebühr:

Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist gebührenfrei.

Tagungsort:

Museum Wiesbaden

Alte Bibliothek
 Friedrich-Ebert-Allee 2
 65185 Wiesbaden
 phone +49 (0) 611 3352238

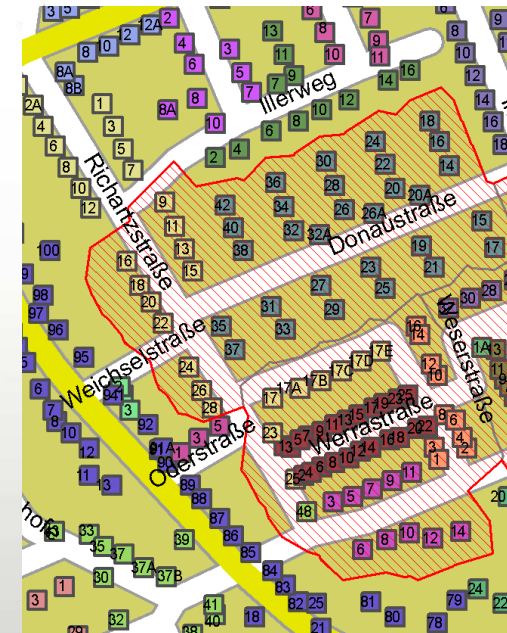
Hotelreservierung:

Wir sind Ihnen gerne bei einer Reservierung behilflich: m.hirschberger@sabris.de
 phone +49 (0) 6434 907660
 fax +49 (0) 6434 907669

sabris – Kontakt:

sabris aktiengesellschaft
 Carl-Zeiss-Straße 14-18
 D-65520 Bad Camberg
 phone +49 (0) 6434 907660
 fax +49 (0) 6434 907669
 email: m.hirschberger@
 www.sabris.de

sabris Geomarketing - Ihr Weg zum Erfolg



Hinweise zur Anmeldung:

Nach Erhalt der Anmeldung (Brief oder Fax 06434/907669) senden wir Ihnen eine Anmeldebestätigung zu.

- Ja, ich nehme am sabris-Branchentag am 27. September 2011 in Wiesbaden teil.

Firma _____

Vorname Titel Name Abt. _____

Straße PLZ – Ort _____

Telefon Fax _____

e-mail _____

Für weitere Teilnehmer bitte diese Einladung kopieren.



sabris-Branchentag

27. September 2011, Wiesbaden

▪ sabris ag - das Unternehmen

die sabris ag ist ein Systemhaus mit innovativen Lösungen für Zeitungs- und Zeitschriftenverlage sowie Anzeigenblätter. Zu den gängigen Vertriebs- und Anzeigensystemen entwickelt und vertreibt die sabris ag komplementäre/ergänzende Softwarelösungen. Wir beraten und betreuen Verlage mit einer Gesamtauflage von über 9 Mio. verkauften Exemplaren.

Unsere Produkte sind:

▪ sabris Geomarketing

zur Abonentengewinnung, zum Anzeigenverkauf, Kundenkartenanalysen, für den Prospekt- und Beilagenverkauf sowie zur Logistikoptimierung.

sabris bietet vorkonfigurierte und branchenspezifische Geomarketing-Produkte für Zeitungsverlage und Prospektverteilorganisationen. Einfaches Handling und kurze Einführungszeiten werden durch eine starke Branchenorientierung erreicht.

Die unterschiedlichen Fachdisziplinen Geomarketing und die IT der Verlagsbranche werden in den Lösungen der sabris ag miteinander verbunden.

Das geographische Informationssystem wird zur Querschnittsfunktion über wesentliche Verlagsbereiche.

▪ sabris Honorarabwicklung

SAP-ERP basiert, für die schnelle und umfassende Abrechnung freier und angestellter Redakteure, Anstrich-erfassung, Datenübernahme aus Redaktionssystemen.

Tagesordnung 27. Sept. 2011

09.30 Anreise

10.15 Begrüßung

Dr. Karl Friedrich Trespe, sabris ag

10.30 Erwartungen und Auswahlkriterien zur Einführung der sabris Gebietsplanung
Philipp Prinz von Thurn und Taxis,
Geschäftsführer Presse-Zustelldienst
GmbH – Rhein-Zeitung Koblenz

11.30 Kaffee Pause

11.45 Logistik- und Planungsworkshop –
Lifepräsentation der Gebietsplanung
Dr. Karl Trespe, Oliver Maus, sabris ag

12.45 Mittagessen

13.45 Geomarketing in Verlagen -
Anwendungen und Potenziale?
Dr. Karl Trespe, sabris ag

14.15 Vertrieb- und Marketinganalysen -
von Osterkampagnen und Konservativen
zu Ihrem typischen Leser
Oliver Maus, sabris ag

15.15 Kaffee-Pause

15.30 Prospekt-, Beilagen- und Anzeigen-
verkauf
Dr. Karl Trespe, Oliver Maus, sabris ag

16.15 Vorgehensweise und kritische Erfolgs-
faktoren in Geomarketingprojekten
Oliver Maus, Dr. Karl Trespe, sabris ag

gegen 17.00 Veranstaltungsende

Im Anschluss besteht die Möglichkeit einer ca. 60-minütigen Museumsführung zur aktuellen Ausstellung „LANDSCHAFT ALS WELTSICHT“.

sabris Geomarketing-Produkte

▪ Gebietsplanung und -management - GuM

zur komfortablen Gebietsplanung für Abos, Post und hybride/duale Zustellung, auch als Dienstleistung, Logistikanalyse, Bezirksbewertung, Wegstrecken-, Zustellzeit- und Stundenlohnermittlung für Tageszeitungen, Anzeigenblätter und Direktverteilung, Reklamationsanalysen

▪ Vertrieb und Marketing - VuM

zur Leserbestimmung, Abonentengewinnung, Werbeplanung und Werbeerfolgskontrolle mit autom. Berichtswesen

▪ Anzeigenverkauf - AnZ

zum Anzeigenvertrieb, Potenzialermittlung und Gebietsplanung, Kundenkartenanalyse

▪ Beilagen-/Prospektverkauf - PuB

zur Verteilgebietsauswahl, Auflagen-ermittlung und Angebotserstellung mit Karte, auf Knopfdruck aus Ihrem Vertriebssystem. Integration in die Logistik. Kreis-, Mengen- und Zielgruppenselektion

▪ Verlagssystemintegration

Interface zu Ihrem Vertriebs- oder Anzeigensystem (z.B. SAP ISM, VI&VA und bald auch HuP) für die stichtagsbezogene Datenübernahme und/oder den permanenten Update.

▪ Geocodierung

Integration eines Gebäudeverzeichnisses z.B. in SAP ERP, Anreicherung mit Koordinaten, Geoschlüsseln, Potenzialdaten (Soziodemographie, Kaufkraft, Milieus, etc.) und Gebäudekoordinaten.