



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

Wir können zu der Veranstaltung im Mai 2010 nicht kommen, sind aber an den Produkten interessiert. Bitte rufen Sie uns an.

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

Unsere Adresse in Ihrem Begleitschreiben hat sich geändert. Bitte aktualisieren Sie Ihre Adressdatenbank wie links unten angegeben.

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 19. Mai 2010 in Mannheim teil.

Firma

Vorname Titel Name Abt.

Straße PLZ – Ort

Telefon Fax

e-mail

Für weitere Teilnehmer bitte diese Einladung kopieren.

Datum Unterschrift

Teilnahmegebühr:
Die Teilnahme an dieser Veranstaltung ist gebührenfrei.

Tagungsort:
Dorint Kongresshotel Mannheim
Friedrichsring 6
68161 Mannheim
phone +49 (0) 621 1251-0

Hotelreservierung:
Wir sind Ihnen gerne bei einer Reservierung behilflich: kf.trespe@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: kf.trespe@sabris.de
www.sabris.de

sabris-Branchentag

19. Mai 2010, Mannheim



§ **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 7 Mio. verkauften Exemplaren.

Unsere Produkte sind:

§ **sabris Honorarabwicklung**

SAP-R/3 basiert, für die schnelle und umfassende Abrechnung freier und angestellter Redakteure, Anstrich-erfassung, Datenübernahme aus Redaktionssystemen

§ **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.

die Tagesordnung 19. Mai 2010

10.00 Anreise

10.30 Begrüßung

Dr. Karl Friedrich Trespe, sabris ag

10.45 Geomarketing in Verlagen -

Anwendungen und Potenziale?

Oliver Maus, sabris ag

11.15 Sinus-Milieus und die neuen

Analyseansätze für Ihr Abomarketing

Dr. Karl Friedrich Trespe, sabris ag

11.45 Kaffee Pause

12.00 Vertrieb- und Marketinganalysen

Oliver Maus, sabris ag

12.30 Prospekt- und Beilagenverkauf -

Karten direkt aus SAP oder VI&VA

Dr. Karl Friedrich Trespe, sabris ag

13.00 Mittagessen

14.00 Implementierung einer vollständig neuen

Logistik in nur 3 Monaten – Erfahrungs-

bericht, Kai Linnemann, Verlag Blitz-Tip

GmbH & Co. KG, Neu-Isenburg

15.00 Kaffee Pause

15.15 Logistik- und Planungsworkshop –

Lifepräsentation der Gebietsplanung

Oliver Maus, sabris ag

16.30 Vorgehensweise und kritische Erfolgs-

faktoren in Geomarketingprojekten

Oliver Maus, Dr. Karl Friedrich Trespe,

sabris ag

gegen 17.00 Veranstaltungsende

die sabris Geomarketing-Produkte

§ **Vertrieb und Marketing - VuM**

zur Leserbestimmung, Abonentengewinnung, Werbeplanung und Werbeerfolgskontrolle

§ **Anzeigenverkauf - AnZ**

zum Anzeigenvertrieb, Potenzialermittlung und Gebietsplanung, Kundenkartenanalyse

§ **Gebietsplanung und -management - GuM**

zur komfortablen Gebietsplanung, Logistikanalyse, Wegstrecken-, Zustellzeit- und Stundenlohnermittlung, Reklamationsanalysen

§ **Beilagen-/Prospektverkauf - PuB**

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

§ **Globalinterface**

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

§ **online Geocodierung**

Integration eines Gebäudeverzeichnisses z.B. in SAP R/3, Anreicherung mit Geoschlüsseln, Potenzialdaten (Soziodemographie, Kaufkraft, Milieus, etc.) und Gebäudekoordinaten.