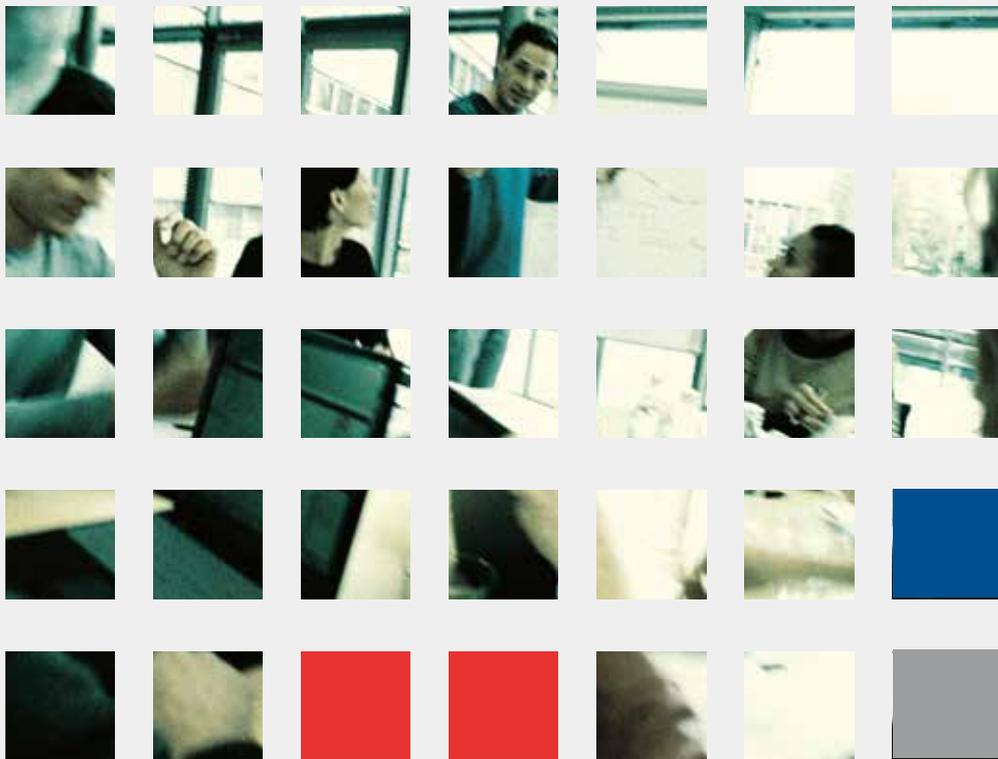




TRAINEEPROGRAMM

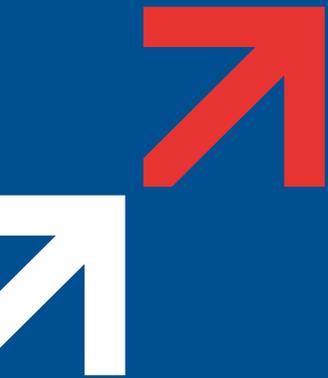
EXPERT IN MEDIA SALES BUSINESS



powered by
MEDIA GROUP ACADEMY

TRAINEEPROGRAMM

EXPERT IN MEDIA SALES BUSINESS



DIE AKADEMIE	SEITE 4
IHRE HERAUSFORDERUNG	SEITE 5
DAS PARTNER-KONZEPT	SEITE 6
STATEMENTS	SEITE 8
INHALTE DES TRAINEE-PROGRAMMS	SEITE 10
DAS PROGRAMM	SEITE 12
DIE BAUSTEINE	SEITE 13
IHRE PERSPEKTIVEN	SEITE 14
IHRE BEWERBUNG	SEITE 16



MEDIEN VERÄNDERN SICH
DAS NUTZUNGSVERHALTEN VERÄNDERT SICH
TECHNIK VERÄNDERT SICH

Was bleibt, ist das Interesse, von Menschen Informationen zu erhalten, sie zu nutzen und weiter zu tragen – und das seit Jahrhunderten. Eine spannende zukunftsorientierte Branche mit langer Tradition.

Moderne Medien sind heute weit mehr als Print- oder Onlineprodukte. Verschiedenste Mediengattungen und Techniken verschmelzen mehr und mehr zu nutzerorientierten Angeboten. Die Medienwelt ist crossmedial und damit auch ein Stück weit spannender geworden. Leser- und Werbemärkte rücken immer enger zusammen.

Gerade für den Bereich der Werbe-Vermarktung stellen sich ganz neue Herausforderungen. Werbekunden verlangen von einem modernen Medienunternehmen neben umfassenden Kompetenzen im crossmedialen Denken auch ein hohes Maß an Weitblick, Kreativität und Innovationskraft.

Die MEDIA GROUP ACADEMY® wird mit ihrem Ausbildungskonzept diesen hohen Ansprüchen gerecht und bildet mit der tiefgreifenden Erfahrung ihrer Dozenten und Partnerunternehmen auf dem Gebiet der crossmedialen Prozess- und Angebotsketten zeitgemäße Medienspezialisten aus. Innovative Impulse und ein ganzheitlicher Blick für den Bedarf des Marktes garantieren in der Ausbildung nicht nur die Vermittlung von Kenntnissen, sondern auch deren praktische Anwendung.

STEIGEN SIE MIT DER MEDIA GROUP ACADEMY® EIN IN DIE SPANNENDE WELT DER MEDIEN.

Dr. Joachim Meinhold



Dr. Joachim Meinhold

Vorsitzender der
Geschäftsführung

Saarbrücker Zeitung Verlag
und Druckerei GmbH



DIE AKADEMIE

Ziel der Akademie ist es, ein Netzwerk von Sales-Spezialisten aufzubauen, die es verstehen, bereichsübergreifend zu denken und zu agieren.

Um dies zu gewährleisten, stattet die Akademie die Trainees mit breitem Medien- und Sales-Know-how aus und passt die Trainingsinhalte kontinuierlich den sich verändernden Marktbedingungen an.

Qualifizierte Trainer und erfahrene Spezialisten der Partnerunternehmen garantieren die Vermittlung von aktuellem Medien-Know-how.

Besonderen Wert wird dabei auf den erfolgreichen Transfer des Erlernten gelegt. Dies ist durch den systematischen Aufbau des Programms, die Begleitung durch Mentoren und die Unterstützung der persönlichen Entwicklung sichergestellt.

Mit der Akademie gehen die Partner den Weg einer intensiven und langfristig orientierten Ausbildung von Nachwuchskräften im Bereich der Werbevermarktung.





IHRE HERAUSFORDERUNG

CROSSMEDIALE KOMPETENZ



Ihr Kunde möchte für seine Leistung werben.
Gemeinsam mit dem Kunden besprechen Sie dessen Ziele.

Geht es um konkrete Verkaufs- oder Abverkaufsmaßnahmen, will der Kunde bekannter werden oder möchte er gezielt Neukunden für eine spezielle Leistung gewinnen? Sie sind sein kompetenter Ansprechpartner und entwickeln gemeinsam mit ihrem Kunden eine passende Werbestrategie.



Als Mitarbeiter eines großen Medienhauses können Sie auf verschiedene Kommunikationskanäle zugreifen und Ihrem Kunden den passenden Medienmix zusammen stellen.



Egal ob Print, Online, Radio oder eine Mailingaktion – der Mix aus verschiedenen Medien und Kanälen ist Ihre Antwort.



Dabei gilt es die Besonderheiten der einzelnen Medien und die Anforderungen an crossmediale Kommunikation zu kennen und bei der Kundenberatung anzuwenden. Sie unterstützen bei der konkreten Umsetzung von Anzeigen, Radiospots, Websites, Landingpages oder Apps.



Sie sind langfristiger Partner ihres Kunden im laufenden Geschäft und entwickeln neben konkreten Maßnahmen auch mittelfristige Strategien zur Erreichung der Werbeziele des Kunden.





DIE PARTNER

In der Akademie engagieren sich Unternehmen verschiedenster Mediengattungen. Alle teilen eine Vision: Ihre innovativen Angebote und Leistungen zu verbinden und damit etwas Neues zu schaffen. Um diese Vision voran zu treiben, suchen die Unternehmen engagierte Persönlichkeiten – mit exzellentem Fachwissen und persönlichem Weitblick. Diese Kompetenzen werden sowohl in der Akademie als auch bei Partnerunternehmen erworben. Die technische, theoretische und praktische Expertise erlangen die Teilnehmer durch weitere Einsätze bei Partnerunternehmen und Kunden.



Die Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei GmbH ist seit über 250 Jahren das führende Medienhaus im Saarland. Unsere qualifizierten und engagierten Mitarbeiter bilden die Grundlage für die branchenweit beachtete Entwicklung crossmedialer Angebote – insbesondere im Bereich der neuen Medien. Eine offene Kommunikationskultur eröffnet jedem Mitarbeiter die Möglichkeit, Projekt- und Produktideen einzubringen, zu entwickeln und zum Erfolg zu führen.



Die Lausitzer Rundschau ist das wirtschaftlich und publizistisch führende Medienhaus der Region zwischen Elbe und Neiße. Dem herausfordernden Marktumfeld für Tageszeitungen und dem sich ändernden Mediennutzungsverhalten stellen sich die Mitarbeiter des Unternehmens mit vielen neuen und kreativen Ideen. Kernkompetenz sind hochwertige regionale Informationen aus dem Verbreitungsgebiet Südbrandenburg und Nordsachsen. Getreu dem Leitspruch „Aus der Lausitz für die Lausitz“ steht die Heimat der Leser und Kunden im Mittelpunkt.



Der Trierische Volksfreund verbindet seit über 135 Jahren Menschen und Wirtschaft im Verbreitungsgebiet Trier, Eifel, Mosel und Hunsrück. Das Medienhaus zeichnet sich durch kurze Wege, schnelle Entscheidungen und Innovationsfreude aus. Der Trierische Volksfreund bietet regionale Medienkompetenz aus einer Hand und individuelle Lösungen für die Marketingziele seiner Kunden. Hochwertige Produkte und Dienstleistungen werden im steten Dialog mit den Kunden weiter entwickelt. Offene Türen, Ohren und Augen sowie die Arbeit im Team sind ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur.



Von der Beratung bis zur Briefauslieferung garantieren die Logistikprofis der saarriva den Kunden einen umfassenden Service für den optimalen Erfolg von Werbe- und Geschäfts-post. Als einziger privater Briefdienstleister für die Region Saar-Mosel ist saarriva mit mehr als 26 Millionen Sendungen pro Jahr erfolgreich am Markt tätig. Die engagierten und dienstleistungsorientierten Mitarbeiter der saarriva bieten entlang der Logistikkette kompetente Komplettlösungen aus einer Hand.

GMÜNDER
TAGESPOST
SCHWABISCHE POST

Als eigenständiges Familienunternehmen sind wir in der Region Ostwürttemberg zuhause. Täglich versorgen wir mit unseren Tageszeitungen Schwäbische Post und Gmünder Tagespost, den Wochenzeitungen Wochenpost und Gmünder Anzeiger, der Wirtschaftszeitung Wirtschaft Regional sowie den Veranstaltungsmagazinen XAVER und SOKOMAG mehr als 150.000 Leser mit aktuellen lokalen Nachrichten. Doch SDZ. Druck und Medien ist mehr als nur ein Zeitungsverlag. Zur Unternehmensgruppe gehört die crossmediale Vermarktungsgesellschaft Media Service Ostalb, der Corporate Publishing Verlag Medienwerkstatt Ostalb, der Brief-Zustelldienst Ostalb Mail, der IT-Dienstleister SDZeCOM, die Druckereien DigitalDruck Deutschland und Druckzentrum Hohenlohe-Ostalb, der Messeveranstalter SDZ.Events, die Werbeagentur younik, das Theiss & Binkowski Rechenzentrum und der SchwäPo-Shop.



bigFM das erfolgreichste Radio für junge Erwachsene in Deutschland sendet seit 2005 aus dem gläsernen Studio mitten in der Saarbrücker City. Das Programm zeichnet sich durch ein hohes Maß an Interaktivität, Regionalität und der angesagten Musik für die junge Zielgruppe aus. Radio – Online – Social Media – Events – bigFM Saarland verbindet die verschiedenen Kommunikationskanäle – effizient, zielgruppenorientiert und aufmerksamkeitsstark!



TeleMedia, als Telefonbuchverlag groß geworden, ist mittlerweile ein innovativer Unternehmensbereich der Mediengruppe. In einem dynamischen Marktumfeld erwarten Kunden aus unterschiedlichsten Branchen Antworten auf vielfältige, zunehmend digitale Problemstellungen rund um das Thema „local search“ mit ortsbezogenen Dienstleistungen. Neben den bewährten „Blauen Telefon- und Branchenbüchern“ wird das Online-Engagement konsequent und erfolgreich crossmedial ausgeweitet. Digitale Bildschirmwerbung als real-time-advertising („posvision“), Home- und Landingpages, Facebook-Werbung und Apps sind nur einige Beispiele. Wertschätzung, Offenheit und kollegialer Umgang zeichnen das Team der TeleMedia aus.



STATEMENTS



Thomas Deicke

Verlagsgeschäftsführer
Saarbrücker Zeitung Verlag
und Druckerei GmbH

■ Als Verlagsgeschäftsführer der Saarbrücker Zeitung Verlag und Druckerei GmbH und als Geschäftsführer des Pfälzischen Merkurs verantworte ich unter anderem den nationalen und regionalen Werbemarkt.

Reine Printwerbung und Produktverkauf war gestern – heute erwartet der Kunde komplexe Angebote.

Bereichsübergreifendes Denken und Handeln bestimmen den beruflichen Alltag. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen Bedürfnisse des Marktes erkennen und diesen durch cross-mediale Angebote und Strategien gerecht werden.



Stefan Vetsch

Prokurist – Leiter Personal
und Recht Saarbrücker
Zeitung Verlag und
Druckerei GmbH

■ Komplexe Aufgabenstellungen bedürfen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die vielseitig ausgebildet sind. Wir entwickeln unseren Nachwuchs selbst – in den Regionen für die Regionen.

Diesen Ansatz verfolgen wir mit der MEDIA GROUP ACADEMY® – Umfassende Ausbildung mit einer klaren beruflichen Perspektive.

Die Akademie wird der Dynamik der Branche gerecht und unterstützt unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei deren Entwicklung.

Verantwortung übernehmen –
Zukunft gestalten!



Wolfgang Sturges

Verlagsleiter Volksfreund
Druckerei Nikolaus Koch
GmbH – Trierischer
Volksfreund

■ Unsere Medienberater sind Partner und Problemlöser der regionalen und überregionalen Gewerbetreibenden aus Handel, Handwerk und Industrie. Sie beraten und erarbeiten gemeinsam mit den Kunden crossmediale Vermarktungsstrategien, die punktgenau die Zielgruppe der Gewerbetreibenden erreicht und Interesse beim Endverbraucher weckt.

Unsere Medienberater bieten ihren Kunden einen Mehrwert, der sich langfristig durch belastbare Kundenkontakte bezahlt macht. Sie verbinden die spezifische Werbewirkung der zahlreichen Angebote unseres Medienhauses mit der Zielsetzung ihrer Kunden und führen diese zu dem gewünschten werblichen Erfolg.



Heiko Hanslik

Geschäftsführer RTV Regio
TeleVerkaufs GmbH
Telemedia

■ Mit den bewährten „Blauen Telefon- und Branchenbüchern“ ist die TeleMedia, ursprünglich stark print-getrieben, mittlerweile ein innovativer Unternehmensbereich in einem dynamischen Marktumfeld.

Die innovativsten Produkte nutzen jedoch nichts, solange es nicht Menschen gibt, die gerne auf andere Menschen zugehen, Bedürfnisse analysieren und Möglichkeiten aufzeigen.

Wir suchen Mitarbeiter, die Menschen mögen, die Spaß daran haben, sich auf Neues einzustellen, die Herausforderungen reizen – und die sich vorstellen können, irgendwann auch einmal eine Leitungsfunktion im Verkauf zu übernehmen.



DIE INHALTE

Die Programmbausteine und deren systematische Abfolge ermöglichen es den Teilnehmern, ein breites Fundament an Branchen- und Kommunikations-Know-how aufzubauen. Es werden die Besonderheiten einzelner Mediengattungen und deren bestmögliche Nutzung im Sinne der Kommunikationsziele der Kunden vermittelt. Ob Print-, Onlinemedien, Radio oder Event – mit der Akademie zum Expert in Media Sales Business!



Medien-Grundlagen

Der Themenkomplex vermittelt die Funktion regionaler, nationaler und globaler Medienmärkte. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Vermittlung von medienpezifischem Fachwissen zu Print, Radio und Digitalvermarktung. Dieser wird ergänzt durch einen Praxisblock zum Thema Software und Prozesse.



Medientechnologien und Social-Media-Tools

Das Modul befasst sich vorrangig mit grundlegenden Medientechnologien (Betriebssysteme, HTML-Programmierung, APP's, Google AdWords etc.). Die Funktionalität von Webservern, Datentransfer und -verschlüsselung wird erläutert. Ein weiteres Schwerpunktthema ist der kommerzielle Umgang mit Social-Media-Tools.



Profi-Sales-Know-how

In diesem Block steht die Vermittlung von Verkaufstechniken im Fokus. Die Teilnehmer lernen Bedarfsanalysen, Fragetechniken, Einwandbehandlung und Abschlusstechniken kennen. Durch intensive In-house Sales-Trainings, Videoanalysen und die Begleitung zu Kundenterminen erwerben die Teilnehmer professionelles Sales-Know-how.



Kampagnenideen

Die Entwicklung crossmedialer Kampagnen ist der Schwerpunkt dieses Moduls. Ziel ist es, die erlernten Inhalte der vorangegangenen Module zu nutzen und systematisch umzusetzen. Vertieft werden die erlernten Kenntnisse durch die eigenständige Erarbeitung kundenindividueller Kampagnen.



Praxisprojekte

Neben einer fundierten Wissensvermittlung steht die Praxis im Vordergrund. Die Trainees übernehmen schnell eigene Projekte, um den Transfer des erlernten Medien- und Sales-Know-hows zielführend in die Praxis umzusetzen.



Mentorenprogramm

Mit dem Mentorenprogramm werden die Trainees von Anfang an durch erfahrene Fach- und Führungskräfte begleitet. Diese unterstützen durch ihre langjährige Erfahrung und ihr fachliches Wissen bei der beruflichen und persönlichen Entwicklung sowie dem kontinuierlichen Auf- und Ausbau von Netzwerken.



Austauschprogramm

Durch gezielte standortübergreifende Einsätze in anderen Partnerunternehmen erhalten die Teilnehmer Einblicke in verschiedene Verkaufsregionen, Branchen und Märkte. Dadurch erweitern die Trainees ihr Wissen um zusätzliche Sales-Bereiche und Mediengattungen. Mit dem Austauschprogramm wird der Blick für Dienstleister- und Kundenperspektive geschärft.



DAS PROGRAMM

**EINFÜHRUNG
(4 WOCHEN)**

FACHLICHE GRUNDLAGEN

- Markt- und Mediagrundlagen
- Grundlagen Print
- Systeme und Prozesse
- Grundlagen Digitalvermarktung
- Medientechnologien
- Social-Media-Tools

FACHLICHE VERTIEFUNG

- Medientechnologie Praxisprojekte
- Sales-Skills-Grundlagen
- Aktives Verkaufstraining
- AdBest-Schulung

TRANSFER

- Eigenverantwortliche Projekte
- Erfahrungen auf Kundenseite
- Internes Trainee-Austauschprogramm
- Vorbereitung auf Zielposition

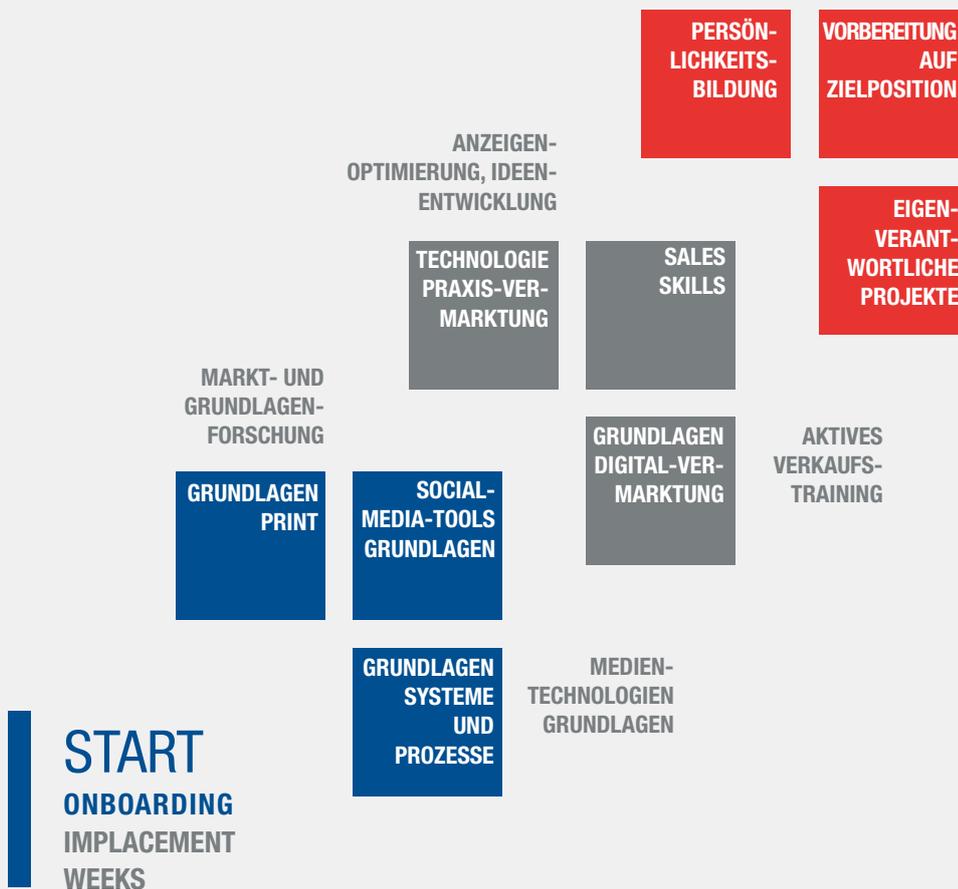
KONTINUIERLICHE PERSÖNLICHKEITSBILDUNG

DAUER: 24 MONATE



DIE BAUSTEINE

EXPERT IN MEDIA SALES BUSINESS





IHRE PERSPEKTIVEN

Nach erfolgreicher Beendigung des 24-monatigen Traineeprogramms und Ihrem Abschluss als „Expert in Media Sales Business“ legen Sie den Grundstein für eine Karriere als kompetenter Betreuer von Medienkunden.

Als Junior Mediaberater steigen Sie danach für 12 Monate bei einem unserer Partnerunternehmen ein - mit individuellem Entwicklungsplan und eigenem Mentor.

Bei unserem Partner lernen Sie den jeweiligen Markt genau kennen, übernehmen zunehmend eigene Verantwortung und qualifizieren sich für eine Experten-Position.

Ihre Entwicklung führt zu folgenden Zielpositionen:

MEDIABERATER MIT GEBIETSVERANTWORTUNG

Bei dieser Position verantworten Sie ein definiertes Verkaufsgebiet und sind für die Betreuung der Bestandskunden, die Gewinnung von Neukunden und die Erreichung der Umsatzziele in diesem Gebiet zuständig.

MEDIABERATER MIT PRODUKTVERANTWORTUNG

Sie verantworten die komplette Betreuung und Weiterentwicklung eines Produktes/einer Werbeform oder einer Produktgruppe. Dazu gehört auch die Neuentwicklung und Markteinführung von Produkten.

WEITERE AUFSTIEGSCHANCEN STEHEN IHNEN OFFEN:

Sie haben Spaß, Ihre Erfahrungen an Kollegen weiterzugeben? Werden Sie eine Führungskraft! Als Leiter einer Vertriebsregion organisieren und verantworten Sie den Verkauf im gesamten Gebiet.

Unser Weiterbildungsangebot für die Besten: Besonders erfolgreichen Absolventen bieten wir die Möglichkeit, ein duales Masterstudium im Bereich Medienmanagement zu absolvieren.



LEITUNGSFUNKTION/FÜHRungsverANTWORTUNG

**MEDIABERATER MIT
GEBIETS-VERANTWORTUNG**

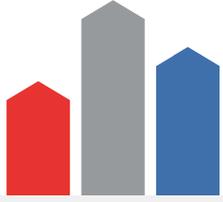
...

OPTIONAL:
BERUFSBEGLEITENDES
MASTERSTUDIUM

...

**MEDIABERATER MIT
PRODUKT-VERANTWORTUNG**

JUNIOR-VERKAUFS-BERATER



TRAINEEPROGRAMM

AUSBILDUNG/STUDIUM



BEWERBUNGSPROZESS

Sie bewerben sich über unser Online-Bewerbungsportal:

www.mediagroupacademy.de

Bitte verwenden Sie ein PDF-Dokument mit einer maximalen Größe von 5 MB.



Ihre Bewerbung beinhaltet:

- Ein aussagekräftiges Anschreiben
- tabellarischer Lebenslauf
- Kopien der wichtigsten Nachweise zum Lebenslauf (Zeugnisse zu Praktika, Abschlüssen usw.)

Sie erhalten umgehend eine Eingangsbestätigung.
Wir führen eine Vorauswahl durch und informieren Sie über den weiteren Verlauf des Bewerbungsprozesses.

AUSWAHLVERFAHREN

Wir möchten Sie gerne näher kennen lernen und die Gelegenheit nutzen, uns Ihnen vorzustellen:

1. Telefoninterview

Ein Mitarbeiter der Media Group Academy meldet sich telefonisch bei Ihnen, um ein etwa 10-minütiges Interview mit Ihnen zu führen. Sollten Sie zum Zeitpunkt des Anrufes unterwegs oder anderweitig verhindert sein, kann ein Termin für das Telefoninterview vereinbart werden. Wir möchten einen ersten Eindruck von Ihnen erhalten. Gerne beantworten wir bei dieser Gelegenheit erste Fragen.

2. Assessment Center

Wir passen zueinander: Sie erhalten eine Einladung zu einem eintägigen Assessment Center der Media Group Academy. Sie haben die Möglichkeit, in Rollenspielen und praxisnahen Situationen ihr mögliches Aufgabengebiet kennen zu lernen. Sie überzeugen uns von Ihren Fähigkeiten und Potenzialen. An diesem Tag haben Sie außerdem die Gelegenheit, unsere Partnerunternehmen kennen zu lernen. Unabhängig, ob Sie am weiteren Bewerbungsprozess teilnehmen, Sie profitieren von diesem Tag. Wir schildern Ihnen unsere Eindrücke und geben Ihnen ein qualifiziertes Feedback.

3. Ihr potenzielles Partnerunternehmen

Auch im Assessment Center haben Sie uns überzeugt – ein Partnerunternehmen möchte Sie für sich gewinnen und lädt Sie ein, Ihren potenziellen Arbeitgeber und dessen Arbeitsumfeld kennen zu lernen. In persönlichen Gesprächen lernen Sie die Entscheider und Mentoren kennen.

Angebot

Herzlichen Glückwunsch – das Partnerunternehmen möchte Sie in sein Team aufnehmen.

Sie erhalten ein Vertragsangebot des Partnerunternehmens. Die Partnerunternehmen haben sich auf einheitliche Vertragsbedingungen und Konditionen verständigt. Sie haben Fragen zum Bewerbungsprozess?

Wir beantworten diese gerne: Carolin Zarth
Personalreferentin
Koordination Media Group Academy
0049 (0) 681 502-1418

MEDIA
GROUP
ACADEMY

EINE INITIATIVE DER
MEDIENGRUPPE SAARBRÜCKER ZEITUNG



Media Group Academy
66103 Saarbrücken
www.mediagroupacademy.de