



Frühbucherrabatt
bis 31. Juli 2017

Workshop

Mit Digitalmarketing Kinder, Jugendliche, junge Erwachsene erreichen

13. Oktober 2017, Köln

Facebook, Snapchat, und Instagram: Jugendliche und junge Erwachsene verbringen einen erheblichen Teil ihrer Freizeit auf Social Media-Plattformen. Sie sind die erste Quelle für Informationen und Recherchen, dienen der Unterhaltung, der Selbstdarstellung und vor allem der Kommunikation untereinander – sie sind aus dem Leben der (jungen) Menschen nicht mehr wegzudenken.

Marketingtreibende Unternehmen entwickeln digitale Kommunikationsstrategien, mit „Mobile First“ und „Second screen is the new first screen“ rückt die „alte Welt“ und damit ein ganzes mediales Mächteverhältnis zunehmend in den Hintergrund. Social Media-Kanäle zu bespielen ist für viele Branchen keine Option mehr, sondern elementarer Bestandteil der Kommunikation. Influencer wie Bibi oder Dagi Bee machen Stars Konkurrenz, Unternehmen erreichen mit ihnen Millionen Fans und Follower. Nur: Digitales Marketing ist kein Selbstläufer – insbesondere für kleinere Unternehmen und Organisationen und für die Ansprache junger Zielgruppen. Hier stellen sich viele Fragen:

Wie nutzt man Digitales Marketing heute richtig? Welche Möglichkeiten bieten sich genau? Welche Kanäle eignen sich für das eigene Unternehmen, welche eher weniger? Wie können die eigenen Zielgruppen angesprochen werden?

In diesem Workshop in kleiner Gruppe erhalten Sie Impulse für das Aufsetzen und Weiterentwickeln einer eigenen digitalen Kommunikationsstrategie. Sie erhalten Feedback zu Ihren Aktivitäten und viele praxisorientierte Tipps. Fallbeispiele verdeutlichen das Gelernte und Sie haben Gelegenheit, die Eckpunkte Ihrer digitalen Marketing-Strategie für junge Zielgruppen (weiter) zu entwickeln.

Worum geht es im Seminar?

- Wie hat sich Digitales Marketing über die letzten Jahre entwickelt?
- Nutzungsgewohnheiten junger Menschen im Bereich der digitalen Welt
- Kommunikations- und Informationstrends im Digitalen Marketing
- Welche rechtlichen und ethischen Grundlagen sind zu beachten? Wie kann man verantwortungsvoll kommunizieren?
- Welche Netzwerke eignen sich für welches Unternehmen, für welche Ziele und Zielgruppen?
- Welche Grenzen haben die sozialen Netzwerke?
- Wie kommuniziert man die eigenen Inhalte auf den unterschiedlichen Kanälen richtig?
- Wie erhält man eine stimmige Balance zwischen Content und Produktwerbung?
- Worauf muss man bei der Konzeption, Umsetzung und Gestaltung achten? Was spricht Jungen und Mädchen an?
- Wie baut man seine eigene digitale Präsenz richtig auf? Wie tritt man in Kontakt mit Nutzern und baut langfristig Beziehungen zu ihnen auf?
- Welche Mitarbeit ist seitens des Unternehmens gefordert und was kann von externen Dienstleistern wie Agenturen erwartet werden?



Wer sollte teilnehmen?

- Verantwortliche aus Marketing, CSR, PR, Personal und Social Media Manager, die für die Ansprache von Jugendlichen und jungen Erwachsenen zuständig sind oder diese Aufgabe übernehmen werden
- Unternehmen, Institutionen oder Organisationen, die sich jetzt oder später jungen Zielgruppen ansprechen wollen

Wie wird gearbeitet?

- Kompakte Inputs aus Theorie und Praxis
- Arbeit an Fallbeispielen und den Konzepten der Teilnehmer
- Erfahrungsaustausch, Diskussion
- Die Teilnehmer können im Vorfeld ihre spezifischen Fragestellungen, Fallbeispiele oder Schwerpunkte einbringen

Was können die Teilnehmer erwarten

- Expertenwissen im Digitalmarketing und im Kinder- und Jugendmarketing
- Aussagekräftige und praxisorientierte Unterlagen für den Transfer in den Unternehmensalltag
- Einen neuen Blick auf eigene Aktivitäten und die Beantwortung individueller Fragen
- Impulse für die (Weiter-) Entwicklung der eigenen Digital-Strategie
- Einen intensiven und interessanten Workshop mit Diskussionen und neuen Erkenntnissen

Termin und Ort

13. Oktober 2017
9.00 Uhr bis 17:30 Uhr

THE NEW YORKER HOTEL
Mülheimer Straße 204
51063 Köln
www.thenewyorker.de

Ihre Investition

Teilnehmerbeitrag

Frühbucher bis 31.7.
750 Euro

800 Euro

Der Preis versteht sich zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer. Enthalten sind Teilnahme am Seminar, umfangreiche Arbeitsunterlagen, Getränke, Mittagessen, Snacks. Die schriftliche Stornierung ist bis 45 Tage vor der Veranstaltung kostenlos, danach wird die Hälfte, ab 30 Tage vorher die gesamte Summe des Teilnehmerbeitrages erhoben. Es ist jederzeit möglich, einen Ersatzteilnehmer zu benennen.

Anmeldung

Für weitere Fragen und die Anmeldung zum Seminar wenden Sie sich gern an Silke Drilling

per Telefon 02226 1575783
per email silke.drilling@kjmk.de

Kinder & Jugend Marketing Kontor
Silke Drilling
Pallottistraße 10
53359 Rheinbach

KjMK
Kinder & Jugend Marketing Kontor





MINDACT Consulting & Content

MINDACT Consulting & Content GmbH ist eine Multichannel Marketing-Agentur, die interdisziplinär in den Bereichen Paid, Earned, Shared und Owned Media arbeitet, um Unternehmen eine möglichst effektive Integrierte Kommunikation zu bieten

Zu den Kunden gehören unter anderem der Alliance Verband, Bayer Vital, EuroKaution, The United Nations World Food Programme (WFP) Innovation Accelerator, Köln-Düsseldorfer Deutsche Rheinschiffahrt, Pflüger und Volkswagen.



Ihr Referent
Tim A. Bohlen

Tim A. Bohlen studierte Germanistik, Psychologie und Wirtschaftswissenschaften in Wuppertal.

Er arbeitete in verschiedenen Positionen bei einer Tageszeitung, im Marketing und der Unternehmenskommunikation eines Industrieunternehmens sowie in einer Agentur.

Heute ist Tim A. Bohlen Geschäftsführender Gesellschafter der Mindact Consulting & Content GmbH, Workshop-Referent und Lehrbeauftragter an der Hochschule Fresenius im Masterstudiengang Corporate Communications.

Das Kinder- und Jugendmarketing Kontor

Das Kinder- und Jugendmarketing Kontor unterstützt Unternehmen, Organisationen und Institutionen bei der Entwicklung erfolgreicher und verantwortungsvoller Kommunikationsstrategien. Darüber hinaus vermittelt das KJMK Knowhow in Seminaren, Workshops und Vorträgen und führt Forschungsprojekte durch. Kunden sind unter anderem der WWF Deutschland, SOS Kinderdorf e.V. und John Deere International.



Ihre Referentin
Carola Laun

Nach dem Studium der Marketing-kommunikation an der Hochschule Pforzheim verantwortete Carola Laun viele Jahre das Kinder- und Jugendmarketing der Deutschen Post. Sie entwickelte neben der Kommunikationsstrategie auch das Programm Post + Schule und den internationalen Brieffreundeclub Letternet.

Carola Laun gründete 2012 das KJMK und ist Dozentin an der Hochschule Pforzheim, an der WAK in Köln und an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg.