

Fachthemen-Seminar

## Spielregeln für digitales Marketing und E-Commerce in China

### Beschreibung

In rasantem Tempo entwickelt sich das Reich der Mitte zu einer digitalen Konsumgesellschaft: Von den etwa 649 Millionen Internetnutzern in China verfügt ein hoher Anteil über mobile Endgeräte, die für Online Shopping Aktivitäten genutzt werden. Das Volumen des chinesischen Onlinemarktes belief sich im Jahr 2014 auf 438 Milliarden US Dollar. Doch auch Chinas Medienlandschaft verändert sich: Über 90 Prozent der chinesischen Internetnutzer besitzen einen Social Media Account. Doch Netzwerke und Apps, wie Facebook, Twitter oder WhatsApp, spielen kaum eine Rolle. Staatliche Kontrollen verhindern den Zugriff auf westliche Netzwerke und haben Raum für die Entwicklung von eigenen Anwendungen im Bereich der Sozialen Medien, wie WeChat und Sina Weibo, geschaffen.

Ausschlaggebend für den Marketing- und Vertriebs Erfolg westlicher Unternehmen in China ist die Präsenz auf sozialen Netzwerken, um die eigene Marke zu stärken und Kunden direkt anzusprechen, aber auch die Erhöhung der Sichtbarkeit im chinesischen Netz durch zugeschnittene Maßnahmen im Bereich Suchmaschinenoptimierung (SEO). Eng damit verbunden sind Kenntnisse über passende Online-Vertriebswege. Da in China im Bereich digitales Marketing und Online Vertrieb der Grat, zwischen hoher Erwartung und schneller Enttäuschung oft sehr schmal ist, sollten Verantwortliche im Unternehmen umfassende Kenntnisse über die marktspezifischen Besonderheiten besitzen. Stephan Mayer, der für das deutsch-chinesische Experten-Netzwerk *China Kommunikation* als Berater und SEO Spezialist tätig ist, wird in dem Seminar einen umfassenden Einblick in Chinas Social Media und E-Commerce Landschaft geben und den Teilnehmern Strategien aufzeigen, wie Sie gezielt ausgewählte soziale Netzwerke, SEO Maßnahmen und Onlineshops für die erfolgreiche Vermarktung und den Vertrieb eigener Produkte nutzen können. Außerdem werden den Teilnehmern Praxistipps für den Aufbau einer Online Marketing Abteilung in China an die Hand gegeben.

### Zielgruppe:

Das Seminar richtet sich an Unternehmen, die in China bereits tätig sind oder beabsichtigen, dort aktiv zu werden. Die in diesen Unternehmen verantwortlich handelnden Personen der Leitungsebene und aus den Bereichen Vertrieb, Marketing und Emerging Markets, sollen durch dieses Seminar für die Chancen und Risiken des chinesischen Onlinemarktes und der sozialen Netzwerke in China sensibilisiert werden.

Wann/Wo

München

Über den genauen Veranstaltungsort werden wir Sie rechtzeitig informieren

03.02.2016 von 8:45 bis 18:00 Uhr

Referenten

### Stephan Mayer

Berater und SEO Spezialist bei dem deutsch-chinesischen Experten-Netzwerk „China Kommunikation“

Teilnahmegebühr

Die Teilnahmegebühr für dieses Seminar beträgt inklusive Mittagessen, Getränke und Arbeitsunterlagen

**750,00 €**

zzgl. 19% Mehrwertsteuer  
(brutto 892,50 €)

für jeden weiteren Teilnehmer aus demselben Unternehmen gewähren wir 10% Rabatt.

Die Teilnahme wird von uns bestätigt, sobald die Teilnahmegebühr nach Rechnungserhalt unter Angabe des Teilnehmers und der Seminarnummer vollständig auf unser Konto bei der Stadtparkasse Augsburg IBAN: DE 10 7205 0000 0250 9133 99, BIC: AUGSDE77XXX überwiesen worden ist.

Für den Fall, dass der angemeldete Teilnehmer an der Teilnahme verhindert sein sollte, kann ein anderer Mitarbeiter aus demselben Unternehmen unentgeltlich nachbenannt werden.

## Das Programm

**ab 08:45** **Empfang** mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminarunterlagen

**09:15** **Begrüßung** durch den Seminarleiter, Vorstellungsrunde, Abfrage der Erwartungshaltung

**09:30** **Social Media Land China**

- Nutzerdemographie
- Unterschiede zu Deutschland
- Wichtige soziale Netzwerke (z. B. WeChat, Sina Weibo...)
- Meinungsführer (Key Opinion Leader) und Markenbotschafter
- Zugang zu westlichen Kommunikationskanälen in China

**11:00** **Kaffee- und Teepause**

**11:15** **Kaufverhalten und soziale Netzwerke**

- Käufertypologie
- Markenbewusstsein
- Daigou
- Namenswahl

**Digitale Vertriebskanäle**

- z. B. Taobao & TMall

**Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Monitoring**

- Unterschiede zu Deutschland
- Baidu & weitere Suchmaschinen
- Monitoring Tools mit Chinafokus (z. B. iSentia, Nielsen)
- Baidu Analytics
- Probleme bei der Umsetzbarkeit

**Human Resources Management**

- LinkedIn & Red Rabbit
- Apps (z. B. MaiMai)
- Online-Jobbörsen

**13:00** **Mittagessen**

**14:00** **Best Practice**

- B2C (z. B. Volkswagen, Lufthansa)
- B2B (z. B. Schaeffler, BASF)

**15:30** **Kaffee- und Teepause**

15:45 Praktischer Teil

Erarbeitung von Strategien für mittelständische Unternehmen für die erfolgreiche Nutzung von sozialen Netzwerken und E-Commerce Plattformen in China

- Online Marketing in China: Voraussetzungen, erste Schritte, Ressourcenplanung etc.
- Setup & Funktionsweise von verschiedenen Plattformen ( u.a. **WeChat**, **Sina Weibo**, **Tencent QQ**)
- Setup & Funktionsweise der **Baidu** Brandzone
- Nutzung von für Mittelständler relevanten E-Commerce Plattformen

17:00 Gelegenheit für Fragen aus dem Kreis der Teilnehmer

18:00 Ende des Seminars

## Referent

### Stephan Mayer

Berater und SEO Spezialist, Heidelberg/ Shanghai



Stephan Mayer ist Experte im Bereich Social Media und Suchmaschinenoptimierung:

Zwischen Juli 2011 und Februar 2013 arbeitete Stephan Mayer als Social Media Research Analyst (SMRA) für Brandtology, eine der führenden Online Brand Intelligence Agenturen Asiens und Teil der australischen iSentia Group. Als SMRA beteiligte sich Herr Mayer regelmäßig an der Aktualisierung des firmeninternen Emotionswörterbuchs (sentiment dictionary), sammelte und kategorisierte Emoticons und war mehrfach an der Erstellung von Emotionsanalysen und Machbarkeitsstudien für eine Reihe namhafter Kunden beteiligt. So erstellte er Reports für Konzerne wie General Electric, L'Oréal und Acer.

Seit März 2013 arbeitet er unter anderem als Training Specialist für das Luxemburger Unternehmen Talkwalker und adkunden SEM – eine Media-Agentur aus Nordrhein-Westfalen: Er unterstützte bereits mehrfach klein- und mittelständische Unternehmen beim Aufbau von Social Media Accounts sowie beim Linkaufbau und nahm an zahlreichen Messen und Konferenzen, unter anderem in Saarbrücken, Köln, Hong Kong und Shanghai teil.

Stephan Mayer ist für das deutsch-chinesische Experten-Netzwerk China Kommunikation als Berater und SEO-Spezialist tätig. Seit 2011 lebt er abwechselnd in Heidelberg und Shanghai. Am Changshu Institute of Technology (Provinz Jiangsu) ist er seit Februar 2015 Gastdozent für Digital Marketing. Herr Mayer spricht Deutsch, Englisch, Russisch und Chinesisch.

**Online-Buchung unter [www.chinAcademy.org](http://www.chinAcademy.org)**

#### Impressum

MBL China Consulting GmbH  
Halderstraße 16  
D-86150 Augsburg

Tel.: +49 821 504 70 484  
Fax.: +49 821 504 70 485  
Mob.: +49 160 97 39 22 6

www.chinAcademy.org  
soehn@chinAcademy.org