

# Social Media Marketing

Facebook, Google+, Twitter, Xing, Blogs – Gewusst wie: Konzepte, Instrumente, Geschäfte – Messbarer Kommunikationserfolg durch soziale Medien

## ■ Zum Seminar

Soziale Netzwerke gehören inzwischen fest zur modernen Kommunikation. Zahlreiche Menschen verbringen hier viel Zeit und haben sehr konkrete Erwartungen an das Engagement von Unternehmen in diesen Medien. Und sie tauschen sich über ihre Erfahrungen mit Produkten und Anbietern aus. Wer kann sich leisten, nicht dort zu sein, wo die eigenen Kunden sind?

Business-Kontakte generieren, das Unternehmen präsentieren, Produkte vorstellen, Kunden binden, unterhaltsam informieren: Ziele und Strategien können unterschiedlich sein – und daher können auch ganz verschiedene Netzwerke zum Einsatz kommen. Nutzen auch Sie die Chance zum intensiven und direkten Dialog mit den eigenen Kunden!

Dieser Praxis-Workshop vermittelt in kompakter Form die wichtigsten Aspekte zur Marketing-Kommunikation mit Social Media. Erfahren Sie – aus Marketing-, nicht aus Technik-Sicht –, was die einzelnen Plattformen heute ausmacht und für welche Ziele und welche Nutzung sie sinnvoll sind. Erleben Sie an vielen konkreten Beispielen, wie Kommunikationswege und Meinungsbildung im heutigen Mitmachweb funktionieren – und wie messbarer Erfolg durch Social Media möglich ist.

Nach dem Seminar können Sie das Potenzial für Ihre eigenen Social-Media-Aktivitäten gut einschätzen. Sie wissen, welche Plattformen und Tools für Ihre Kommunikationsziele wichtig sind. Sie kennen Chancen und Risiken, Kosten und Budgetanforderungen. Und Sie sind in der Lage, eine passende Social-Media-Strategie für das eigene Marketing zu formulieren und erfolgreich in die Praxis umzusetzen!

## ■ Teilnehmerkreis (m/w)

Fach- und Führungskräfte aus Marketing, Vertrieb und Unternehmenskommunikation

## ■ Ihre Seminarleiterin

### Dipl.-Bw. Rita Baltes

Inhaberin von „innovation und information“, Beratung für Marketing und Kommunikation. Ihr Fokus liegt auf Konzeption und Realisierung von Projekten der Online-Kommunikation und des Internet-Marketings. Zuvor langjährige Praxiserfahrung als Marketingleiterin in Industrie- und Dienstleistungsunternehmen.

## ■ Art der Präsentation

Kurzreferate, Praxisbeispiele, Fallstudien, Diskussion, Checklisten, Seminarunterlagen. Auf Wunsch besprechen wir auch Beispiele aus Ihrer Unternehmenspraxis.

## ■ Seminardaten

**Wuppertal**, Hubertusallee 18

Do, 9.3.2017, 9.15 bis 16.45 Uhr

**Anmelde-Nr. 50910502P7** / Gebühr: € 690,-

**Altdorf b. Nürnberg**, Fritz-Bauer-Str. 13

Mi, 31.5.2017, 9.00 bis 16.30 Uhr

**Anmelde-Nr. 80910504P7** / Gebühr: € 690,-

(mehrwertsteuerfrei, einschließlich Seminarunterlagen, Pausengetränken und Mittagessen)

## ■ Seminarinhalt

### 1. Social Media Kommunikation

- Social Media Kommunikation heute – Grundlagen, Bedeutung, Trends
- Auswirkungen auf Unternehmen und Marketing

### 2. Social-Media-Plattformen und -Instrumente

- Facebook, Instagram, XING, LinkedIn, Twitter, YouTube, Google+ und wichtige Blogs
- Entwicklung, Reichweite und Leistung der verschiedenen Plattformen und Tools
- Auswahl der Plattformen: Was passt für welche Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen?
- Social Media und Suchmaschinenoptimierung: Welche Links und Inhalte sind wertvoll und wichtig?

### 3. Meinungsbildung im „Mitmachweb“

- Die neue Macht der Kunden
- Welche User nutzen welche Plattformen?
- Welche Plattformen werden neu dazu kommen, wichtig bleiben, bzw. eher an Bedeutung verlieren?
- Anforderungen an Kommunikation und Auftritt des eigenen Unternehmens
- Wie lässt sich mediale Reichweite gewinnen?
- Social Media Advertising für Imagewerbung und Produktmarketing
- Unterschiede und Gemeinsamkeiten von B2B und B2C

### 4. Das eigene Social-Media-Konzept

- Chancen und Risiken der Social Media Kommunikation
- Notwendiges und Nützliches, um rechtssicher zu agieren und Krisen zu vermeiden
- Vorgehensweise bei der eigenen Social Media Planung
- Zusammenspiel mit klassischen Kommunikationsmitteln
- Erfolgskontrolle und Social Media Monitoring: Welche Kennzahlen sind relevant?
- Medienkompetenz und Social Media Guidelines – unverzichtbar für die eigene Community-Strategie

### 5. Beispiele aus der Praxis

- Gute und weniger gute Social-Media-Strategien
- Auf Wunsch: Ihr Social-Media-Konzept in der Diskussion

## ■ Info

„Inhaltlich stark, didaktisch rund!“ Finanztest (6/2012) hat Seminar zum Social Media Marketing getestet – und den TAW-Workshop als „empfehlenswert“ bezeichnet!

## ■ Teilnahmebescheinigung

Sie erhalten eine qualifizierte Teilnahmebescheinigung der TAW mit detaillierter Auflistung der vermittelten Seminarinhalte.

## ■ Beratung und Information

Fachlich: Dipl.-Ök. Simon Oesterwalbesloh, Tel.: 0202-7495-303  
 Organisatorisch: Tiziana Rampino, Tel.: 0202-7495-229

Hubertusallee 18 42117 Wuppertal Tel. 0202/74 95-0 Fax 0202/74 95-202 www.taw.de taw@taw.de

Kompetenzzentren und Themenakademien der TAW

Unsere Kompetenzzentren: **KONSTRUKTION** und **ENTWICKLUNG, MASCHINENBAU** und **FAHRZEUGTECHNIK, ELEKTROTECHNIK, VERFAHRENSTECHNIK**



Die TAW ist ein Außeninstitut der RWTH Aachen und ein Kontaktstudien-Institut der Bergischen Universität Wuppertal