



2-Tages-Seminar:

Das neue Social Web: Junges Marketing auf Instagram, Pinterest, Facebook Live, Snapchat und Co.

Lernen Sie, wie Sie die jungen, aufstrebenden Plattformen im Social Web für Ihr Marketing erfolgreich nutzen können. Werden Sie in nur zwei Tagen zum Social Media Practitioner für die neue Social-Media-Generation.

Seminarbeschreibung

Soziale Netzwerke sind ständig in Bewegung. Beinahe monatlich kommen neue Plattformen und neue Funktionalitäten hinzu. Doch ganz gleich, ob etablierte Netzwerke wie Facebook, YouTube oder Twitter oder die neuen Anbieter wie Tumblr, Instagram oder Snapchat, ein Trend ist deutlich erkennbar: Immer mehr Big Player im Social Web setzen verstärkt auf Bilder, Videos und Live-Streams.

Der Trend kommt nicht von ungefähr. Besonders die Zielgruppe zwischen 14 und 39 Jahren reagiert immer weniger auf klassische Werbung in Fernsehen, in Zeitschriften und auf Plakaten. Das hat damit zu tun, dass wir tagtäglich mit bis zu 5.000 Werbebotschaften konfrontiert werden, doch nur ein Bruchteil davon erreicht noch unsere Aufmerksamkeit. Das hat aber auch damit zu tun, dass diese Zielgruppe inzwischen mehr YouTube und weniger TV sieht und auch im Social Web auf bestimmten Plattformen einfach nicht mehr anzutreffen ist.

Für Unternehmen ist es wichtig, potentielle Kunden und Interessenten möglichst früh zu binden und damit die Zukunft ihrer Marke zu sichern. Die größte Herausforderung besteht heute in der Integration der jungen Zielgruppe über Live-Videos und überzeugendes Storytelling. Das neue Social Web mit all seinen neuen und innovativen Funktionen bietet dabei vielfältige Möglichkeiten für junges Marketing, Kundenansprache und Kundenbindung. Modernes Social-Media-Marketing gelingt heute nur noch über zielgruppenspezifische Botschaften in Form von visuellem Storytelling in den neuen sozialen Netzwerken.

Unser eMBIS Seminar macht Sie zum Social Media Practitioner und zeigt Ihnen, wie Sie die neuen sozialen Netzwerke wie Instagram, Tumblr, Snapchat, Facebook Live, Pinterest und Co. nutzen können, um ihre Marke gezielt in den Köpfen Ihrer Zielgruppe zu verankern.

Seminarziele

- Sie haben einen Überblick über die neuen sozialen Netzwerke und wissen, welche Plattformen für Ihre Ziele am wirkungsvollsten sind.
- Sie können Ihre Marketingziele, Ihre PR-Strategie und Ihre Kundenbindungsmaßnahmen für das neue Social Web adaptieren und die neuen Netzwerke in Ihre bestehende Marketing- und Kommunikationsstrategie einbauen.
- Sie sind in der Lage, Ihre Zielgruppen optimal anzusprechen, Beziehungen aufzubauen, Communities zu moderieren und zu pflegen.
- Sie verstehen die Mechanismen des Visual Storytelling und der Live-Kommunikation und können beide Kommunikationsformen für Ihr Marketing nutzen.
- Sie entwickeln gezielte Maßnahmen und Kampagnen für Ihr Marketing in den neuen sozialen Medien.

Seminarinhalte – Agenda

Das neue Social Web

- Überblick über die neuen Big Player im Social Web
- Die Entwicklung des Social Web und die Reichweite der unterschiedlichen Plattformen
- Was ist das Neue am neuen Social Web? Trends und Prognosen
- Die Veränderung des Mediennutzungs- und Informationsverhaltens der jüngeren Generation

Praxischeck: Wie funktionieren die wichtigsten Plattformen?

- Wir zeigen, wie Instagram, TIKTOK, Facebook Live, Snapchat und Pinterest funktionieren
- Registrierung, Usability, Inhalte, Aktualität und Vernetzungsmöglichkeiten
- Was sind die großen Unterschiede zu den bisherigen Social-Media-Plattformen?

Zielgruppen: Welche User nutzen welche Plattformen und warum?

- Instagram: Die Plattform für Bilder und Kurzgeschichten und wichtigster Einflussgeber für junge Zielgruppen
- Facebook live: Direkte Live-Streams mit Freunden, Facebook Fans und Facebook-Gruppen
- Snapchat: Die Plattform für authentische Bilder und Videos
- Pinterest: Die Plattform zum Sammeln von Bildern und wichtigster Backpink Builder
- TIKTOK: Mehr als nur eine Video-Plattform
- Podcasts: Content für die Ohren
- Weitere aktuelle Plattformen und Zielgruppen

Marketing-Kampagnen im neuen Social Web

- Networking, Sharing und Publishing in der Unternehmenskommunikation
- Social-Media-Potenziale erkennen und nutzen
- Glaubhaftigkeit: Was passt zu Ihrem Unternehmen?
- Tonalität: Welcher Tone-of-Voice kommt infrage?
- Einfluss: Wie können Sie Social Media Influencer einbinden?
- Reichweite: Wie können Sie Word-of-Mouth für sich nutzen?

Die verstärkte Rolle von Bildern und Videos im Algorithmus der sozialen Netzwerke

- Markenkommunikation über Bild über Video
- Botschaften in Bilder verpacken: visuelles Storytelling

Visuelle Bildkommunikation in der Praxis

- Grundlagen zum Thema Bild- und Videoerstellung
- Tools und Tipps zur einfachen Bildbearbeitung ohne Grafik-Kenntnisse
- Bildgrößen und Raster von sozialen Netzwerken

Von der Idee zur Story

- Storytelling-Instrumente
- Narrative Methoden

Strategische Kampagnen-Konzeption für die Praxis

- Kreative Ideen entwickeln und klare Ziele definieren
- Zielgruppen richtig bestimmen und aufspüren
- Content-Fahrplan und Medien-Mix entwickeln

- Kampagnen-Plan systematisch erstellen
- Kapazitäten und Budgets richtig einsetzen
- Gespür für Prozesse und Ergebnisse entwickeln
- Praktische Übung für den Unternehmenseinsatz
- Was können Sie intern/extern umsetzen?
- Redaktionspläne zur Planung von anspruchsvollem Social-Media-Content

Junges Marketing im Social Web: Crossmedia-Kampagnen in der Praxis

- Best-Practice-Beispiele der integrierten Kommunikation
- Netzwerke und Communities sondieren
- Fans und Follower auf sich aufmerksam machen
- Interaktive Geschichten erzählen
- Multiplikatoren aktiv einbeziehen
- Systematische Erfolgserhebung

Trainerin

Mira Giesen



Die diplomierte Kommunikationswirtin Mira Giesen hat sich als „Webverbesserin“ einen Namen in der Social-Media-Branche gemacht. Ihr Handwerk hat sie in der Full-Service-Agentur Heimrich & Hannot gelernt und dort als Marketingverantwortliche zahlreiche Online- und Newsletter-Kampagnen konzipiert und erfolgreich umgesetzt. Die Social-Media- und Online-Marketing-Expertin hat unter anderem für die Nachrichtenagenturen dapd und ddp direct, Deutschlands größte E-Learning-Plattform Lecturio, die Deutsche Presseakademie und die Universität Leipzig gearbeitet.



Teilnehmer

Unser Seminar eignet sich erfahrungsgemäß sehr gut für Einsteiger wie auch für Marketer mit ersten Erfahrungen zum Thema Social Media Marketing. Das Seminar richtet sich an Online-Marketing-Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, die in ihrem Praxisalltag unter anderem für die Themen Social Media, Marketing oder Online-Kommunikation verantwortlich sind. Das Seminar richtet sich aber auch an Geschäftsführer, Einzelunternehmer und Entscheider, die sich einen fundierten Überblick über das neue Social Web verschaffen möchten.

Durch die Vielfalt der Seminarinhalte, die neben den Grundlagen auch die Spezialgebiete strategische Ziele, Zielgruppen, Realisierung und Kampagnen-Konzeption umfasst, profitieren auch erfahrene Social Media Verantwortliche von unserem gebündelten eMBIS Know-how und zahlreichen Praxis-Tipps.

Spezielle Voraussetzungen oder technisches Know-how der Teilnehmer werden nicht benötigt.

Kosten

	 Präsenzseminar	 Online-Seminar
Teilnahmegebühr	pro Teilnehmer 980,- € zzgl. MwSt.	pro Teilnehmer 780,- € zzgl. MwSt.*
Verpflegung	Im Preis inbegriffen sind ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke.	entfällt
Reisekosten	Kosten für Anreise und Übernachtung sind bei Bedarf selbst zu entrichten und nicht im Seminarpreis enthalten.	entfällt

Termine, Orte und Zeiten

Aktuelle **Präsenz-Termine** finden Sie hier:

<https://www.embis.de/seminare/das-neue-social-web-seminar.html#termine>

Aktuelle **Online-Termine** finden Sie hier:

<https://www.embis.de/seminare/das-neue-social-web-seminar.html#online-termine>

Anmeldung

Das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Webseite unter:

<https://www.embis.de/seminare/das-neue-social-web-seminar.html#anmeldung>

Für den optimalen Lernerfolg ist die Teilnehmerzahl auf 12 begrenzt.

Alle Teilnehmer erhalten ein persönliches Teilnehmerzertifikat der eMBIS Akademie für Online Marketing, in dem Inhalte, Ort und Datum des Seminars dokumentiert sind. Das Zertifikat wird vom jeweiligen Trainer unterschrieben.