

Der zertifizierte

Social Media

Marketing-Manager



Das Kurzstudium für Marketing- und Kommunikationsverantwortliche

- Gezieltes Know-how durch modularisierten Aufbau
- Intensiv-Training mit führenden Experten der Branche
- Seminarintervalle helfen, das Gelernte zu festigen!
- Fundiertes Wissen in nur 5 Tagen

www.euroforum.de/socialmedia

Sichern Sie die
Online-Zukunft
Ihres Unternehmens
und werden sie zum Social
Media-Strategen!

Halten Sie mit Ihren Kunden Schritt, statt ihnen hinterherzulaufen!

Binnen kürzester Zeit hat sich Social Media von einem interessanten neuen Kommunikationstrend zu einem wichtigen Bestandteil der Unternehmenslandschaft entwickelt. Das große Printsterben hat begonnen und es wird bereits mit Hochdruck an digitalen Alternativen gearbeitet. Es wird mehr denn je über soziale Netzwerke kommuniziert, verknüpft und bewertet. Social Media ist nicht mehr nur „Nice to know“ sondern „Must Have“ – vom Global Player bis zum Mittelständler!

Denn die Konkurrenz schläft nicht...

International agierende Unternehmen haben das Potential von Social Media erkannt und positionieren sich mit innovativen Ideen im Social Web. **Aktuell verwenden 79 Prozent der 100 größten Unternehmen des Fortune Global 500 Index mindestens einen der beliebten Kanäle: Twitter, Facebook, Youtube oder Corporate Blogs.** Dabei steigern sie messbar nicht nur den Dialog mit ihren Stakeholdern, sondern vor allem Marktwert und Umsatz. Social Media ist vor allem Commitment und Strategie des oberen Managements geworden!

Neue Spieler – Neue Spielregeln...

Social Media ist Fluch und Segen zugleich. „Shitstorm“ ist zum geflügelten Wort des Jahres geworden und der lebendige Beweis dafür, dass beileibe keine Professionalisierung im Social Media-Sektor stattgefunden hat. Nach wie vor diktieren Einwegkommunikation, schlechte Betreuung von Facebook-Fanseiten und standardisierte Antwortschreiben das Bild, welches große und kleine Unternehmen im Social Web hinterlassen. Dabei gilt längst: Nur Echtzeitkommunikation, Relevanz und Authentizität machen den wahren Erfolgsfaktor von Social Media aus!

Was geschieht, wenn Sie Social Media ignorieren?

Zuerst wahrscheinlich gar nichts. Aber Experten aus Wissenschaft und Praxis sind sich einig: Das soziale Netzwerken lässt sich nicht aufhalten und verändert die Märkte nachhaltig. Erste Anzeichen für diese Entwicklung sind die Verschiebung der Spendings zukunftsorientierter Unternehmen hin zu aktivem Social Media Monitoring und Engagement. Sorgen Sie also jetzt für Ihren persönlichen Wissensvorsprung und arbeiten Sie ganz aktiv an Ihrer Social Media Strategie – Damit Sie mit Ihren Kunden Schritt halten können! Sorgen Sie also jetzt für Ihren persönlichen Wissensvorsprung und halten Sie mit Ihren Kunden Schritt.



An wen richtet sich die Akademie?

An alle Marketing- und Kommunikationsverantwortlichen,

- die sich nicht ziellos durch das Social Web treiben lassen wollen.
- die in einem mehrtägigen Seminar konkrete Handlungsanweisungen für die Praxis und professionelles Wissen erwarten.
- die gewillt sind, Social Media erfolgreich in ihren Unternehmensalltag zu integrieren und strategisch zu nutzen.

Besonders aus den Abteilungen

- Marketing
- Marketing Services
- Online Marketing
- Neue Medien
- Projektmanagement
- Customer Relationship Management
- Presse und Unternehmenskommunikation
- Sales
- Human Resources
- Marktforschung
- Vertrieb



Methode der Akademie



In nur fünf Tagen schaffen Sie eine solide Basis für Ihr „Social Web“-Engagement (unabhängig von Ihren Vorkenntnissen) und generieren kreative Ideen für Ihr Marketing.



Dank des modularen Aufbaus haben Sie die Chance, die Informationen Revue passieren zu lassen, Ideen zu prüfen und sich den Rückhalt im Unternehmen zu sichern.



Nutzen Sie das Plenum, um Erfolge zu feiern oder Risiken gemeinsam abzuwägen. Gerne können Sie uns im Vorfeld Ihre Fragen schicken und mit den Experten und den Teilnehmern im Seminar diskutieren. (E-mail an: anuschka.osterkamp@euroforum.com)



Sie eruieren Ihre Möglichkeiten für erfolgreiche PR im Social Web und sichern so langfristig die Online-Reputation Ihres Unternehmens und Ihrer Marke.



Basierend auf den Ergebnissen der Praxisübungen und Ihrer aktiven Mitarbeit erhalten Sie zum Abschluss der EUROFORUM-Akademie einen schriftlichen Nachweis über Ihre gewonnenen Kompetenzen.



Klären Sie für sich und Ihr Unternehmen die wichtigsten Fragen, bevor Ihr Social-Media-Engagement zum Bumerang wird:

- Wo finde ich meine Zielgruppe und was sagt sie über mein Unternehmen?
- Welche sind die relevanten Medien und Kanäle für mein Produkt/Unternehmen?
- Was ist ein Fan oder Follower wert?
- Mit welchen Budgets muss ich rechnen?
- Wie sieht eine belastbare Ressourcenplanung/ein zukunftsfähiger Marketingplan aus?



Learning by doing



Der Mix aus Vorträgen, praktischen Übungen und Diskussionsrunden hilft Ihnen, die komplexen Ideen und Prozesse schnell zu verinnerlichen und leichterhand in Ihren Unternehmensalltag einzubauen.



Praxisorientiertes Arbeiten steht hier an erster Stelle. **Bringen Sie deshalb unbedingt Ihr eigenes Endgerät (Notebook, iPad, etc.) mit**, damit Sie sofort umsetzen können, was Ihnen im Vortrag gezeigt oder in der Übung durchgeführt wird.



Erarbeiten Sie sich und Ihrem Unternehmen einen zukunftsfähigen Handlungsleitfaden und eine belastbare Strategie, die Fans, Follower und Friends magisch anzieht.

Modul I

Social Media Basics – Erweitern Sie Ihren Wirkungskreis!

→ **Nadja Amireh**, Inhaberin, Wake up Communications



Kick-Off Workshop: Sprechen Sie Social Media?

Sie sind Social Media-Neuling? Sie hätten gern einen Überblick über Facebook, Twitter und Co.?

Von 8.45 Uhr – 10.00 Uhr haben Sie die Gelegenheit, einen strukturierten Einblick in die Social Media Landschaft zu gewinnen, um später nicht den Anschluss zu verlieren!

Die soziale Revolution

- Die aktuelle Medienlandschaft: Neue Medien und Meinungsführer
- Zahlen, Daten, Fakten – Die Relevanz von Social Media
- Chancen und Risiken für Unternehmen
- Einsatzfelder von Social Media: Marketing, PR, Marktforschung, HR, Vertrieb und Kundenservice
- Konzern oder Mittelstand, B2C oder B2B – Gibt es im Social Web einen Unterschied?

Präsenzaufbau im Social Web

- Was ist neu auf Facebook? Das größte soziale Netzwerk im Check
- News und Trends bei den wichtigsten Kanälen: Google+, Twitter, Xing, LinkedIn, YouTube, Flickr, Blogs, Foren, Pinterest, Bewertungsplattformen und Location Based Services wie Foursquare
- Neue Trends und Kanäle wie Path & Pinterest
- Welches Medium eignet sich für welchen Zweck und welche Zielgruppen erreiche ich darüber?
- Professionelle Gestaltung der Kanäle
- Im Dialog mit den Zielgruppen: Community Management



Praxisübung: Texten für Facebook/Google+, Twitter und Blogs

Social Media Strategie – Ziele, Zielgruppen, Themen und Kanalauswahl

→ **Anja Beckmann**, Geschäftsführung & Beratung, Agentur Red Mod Communications

Interne Organisation

- Die Aufgabe des Social Media Marketing Managers im Unternehmen
- Akzeptanz schaffen und Mitarbeiter einbeziehen
- Welches Budget ist nötig?
- Welche personellen Ressourcen sind einzuplanen?

Social Media Strategie

- Analyse der Ausgangslage: Online-Reputation Ihres Unternehmens und der Mitbewerber
- Ziele, Zielgruppen, Themen und Kanalauswahl
- Maßnahmen mit Zeit- und Budget-/Ressourcenplan



Gruppenarbeit: Erstellen Sie eine erste Social Media Konzeption

Social Media in der Unternehmenskommunikation

PR 2.0 im Social Web

- Social Media Kommunikation – Im Zusammenspiel mit Pressearbeit und Website
- Media Newsrooms

Blogger Relations

- Relevante Blogger identifizieren
- Beziehungsaufbau und -pflege zu Meinungsführern
- Maßnahmen: Aussand, Bloggertreffen, Produkttester oder Kooperationen

Krisenkommunikation 2.0

- Krisen im Social Web: Schnell, viral und ohne Länder- oder Zeitgrenzen
- Aktuelle Praxisbeispiele für Krisen-PR im Social Web
- Vorsorgeplan für Ihr Unternehmen



Praxisübung: Wie gehe ich bei einem „Shitstorm“ vor?

Modul II

Das Social Media-Marketing-Instrumentarium

➔ Hannes Treichl, Inhaber, Agentur anders|denken

Viele Wege führen zum Kunden – Nehmen Sie Kontakt auf und seien Sie sozial

- Ausgewählte Marketingkonzepte auf dem Prüfstand
- Positionierung und Differenzierung im Web

Ausgetretene Pfade verlassen, neue Wege beschreiten

- Chancen und Risiken einer Community-Gründung
- Erfahrungswerte aus Corporate Blogs
- Untiefen des Social Media Engagements im Vorfeld erkennen und umschiffen



Praxisübung: Identifizieren Sie die geeignete und relevante Strategie für Ihr Produkt/ Unternehmen – Und arbeiten Sie an der Skizze Ihres Social Media Marketingplans.

EXKURS: Daten im Social Web aus juristischer Sicht

➔ Dr. Carsten Ulbricht M.C.L., Rechtsanwalt, Kanzlei Diem & Partner

Rechtliche Rahmenbedingungen bei Blogs & Twitter

- Formale Anforderungen und Grundlagen
- Urheberrecht und Recht am eigenen Bild, Grenzen für Tatsachenbehauptungen und Meinungsäußerungen, Wettbewerbsrechtliche Grenzen und Kommentarhaftung

Social Media Marketing & Recht

- Regelungsrahmen der Plattformen am Beispiel Facebook
- Neueste Rechtsprechungen bei Facebook
- Folgen von Verstößen gegen Nutzungsbedingungen
- Strategien bei Rechtsverstößen Dritter

Social Media Guidelines – Richtlinien für die moderne Internetnutzung

- Sinn und Zweck, notwendige Inhalte, Einführungsstrategien

Life Cycle Management – Was kommt nach der anfänglichen Euphorie?

➔ Hannes Treichl, Inhaber, Agentur anders|denken

Datennutzen der Social Media Sphäre

- Was ist der Wert eines Fans oder Followers – Was können Sie über ihn in Erfahrung bringen?
- Wie können Sie dieses Wissen nutzbar machen?
- Die Social Media Balanced-Scorecard

Kunden und Kollegen bei Laune halten

- Rolle und Bedeutung von User Generated Content
- Langfristige Erfolgsfaktoren in der Social Media Sphäre
- Ressourceneinsatz und Make or Buy-Entscheidungen souverän treffen



Gruppendiskussion und Erfahrungsaustausch

Modul III

Virale Effekte in sozialen Netzwerken

→ Maik Königs, Mitgründer und CEO, elkind GmbH

Umfang und Spielarten von Social Media

- Zuhörer, Kanäle und Maßnahmen, Gespräche erzeugen, Dialog und Betreuung
- Fans, Friends, Follower – Strukturen und Mechanismen erkennen und nutzen
- Influencer – Freund oder Feind?

Die Klaviatur des digitalen Marketings

- Best Practice und Lessons Learned für unterschiedliche Kommunikationsziele, Produkte und Dienstleistungen
- KPI's – Wann sprechen wir vom Kampagnen-Erfolg?
- Erfolgsfaktor: „Ressourcen-Planung“



Praxisbezug: Lassen Sie sich anhand konkreter Beispiele inspirieren, welche Chancen sich durch virale Effekte für Ihr Unternehmen eröffnen und wie Sie diese effizient nutzen.

Facebook Marketing for Professionals

→ Dr. Andreas Bersch, Geschäftsführer, Agentur BRANDPUNKT

Facebook Marketing Strategie

- Einführung in Facebook als Plattform für Marketing & eCommerce
- Ziele: Reichweite, Image, Dialog
- Content-Marketing im Social Web

Fanpages und Anwendungen

- Reichweite aufbauen: Nur die richtigen Fans zählen
- Nutzeraktivierung: Optimierung des Edgeranks
- Virale Prozesse: Reichweitzuwachs durch soziales Design
- Tracking & Analyse: Facebook Insights richtig einsetzen

Marketing im Open Graph

- Überblick über die Zukunft des Marketing im Open Graph
- Wechselwirkung zwischen Fanpage und eigener Webseite
- Die Zukunft des Dialogs: ROI über Social CRM



Praxisbezug: Setzen Sie sich angeleitet durch den Vortrag des Referenten intensiv mit Ihrer Facebook Strategie auseinander



	Staffel VI –Düsseldorf	Uhrzeit
Modul I	Dienstag, 14. Mai 2013	08.45 – 10.00 (Kick-Off Workshop: Anfänger) 10.00 – 18.00
	Mittwoch, 15. Mai 2013	08.30 – 16.30
Modul II	Mittwoch, 5. Juni 2013	10.00 – 18.00
	Donnerstag, 6. Juni 2013	09.00 – 18.00
Modul III	Freitag, 7. Juni 2013	08.30 – 16.30



Am 14. Mai erwarten wir Sie ab 8.15 Uhr zum Empfang und Check-In mit Kaffee und Tee. **An allen Tagen** sind jeweils am Vor- und am Nachmittag Kaffeepausen eingeplant sowie ein gemeinsames Mittagessen.

Am ersten Akademieabend laden wir Sie herzlich zu einem Get-together ein. Nutzen Sie die Gelegenheit mit Referenten und Teilnehmern offene Fragen zu diskutieren und Erfahrungen auszutauschen.

Ihre Referenten

Modul I



Nadja Amireh ist Inhaberin der Kommunikationsagentur Wake up Communications in Düsseldorf. Mit ihrem Agenturteam ist sie vor allem für Kunden aus den Bereichen Konsumgüter, Food, Lifestyle, Tourismus und Bildung tätig. Zuvor war sie lange Zeit in der Unternehmenskommunikation von Henkel und hat dort Online- und Offline-Kommunikation für Marken wie Persil, Drei Wetter Taft und Pritt durchgeführt. Sie ist Autorin von Fachpublikationen, wie der DVD "Facebook-Marketing", Bloggerin und leitet das Ressort Social Media beim PR-Journal. Nadja Amireh "lebt" Social Media: Sie kennt die neuesten Trends und Einsatzmöglichkeiten der Social Media Kanäle in der unternehmerischen Praxis.



Anja Beckmann ist Inhaberin der Agentur Red Mod Communications (Köln). Sie verfügt über acht Jahre PR- und Marketing-Erfahrung aus Unternehmen, u.a. als Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Starbucks und als Pressesprecherin bei Kraft Foods. Sie berät namhafte Unternehmen zur Social Media Strategie und Umsetzung für die Unternehmens- und Markenkommunikation. Sie ist zudem Fach- und Buchautorin (u.a. der DVD Facebook-Marketing), bloggt zu den Themen Social Media & PR sowie Travel & Food und ist Ressortleiterin Social Media des PR-Journals.

Modul II



Hannes Treichl ist Inhaber der Agentur anders|denken. Seine jahrelange Erfahrung im internationalen Top Management nutzt er heute als Managementberater, Entrepreneur und Vortragender auf internationalen Veranstaltungen. Sein Blog anders|denken zählt zu den Top-Marketing Blogs im deutschen Sprachraum.



Dr. Carsten Ulbricht ist Rechtsanwalt bei der Stuttgarter Kanzlei Diem & Partner mit den Schwerpunkten Internet und Datenschutzrecht, sowie Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrecht. Er berät ständig Unternehmen aus den Bereichen Internet und eCommerce und hat innovative Web 2.0 Startups nicht nur in der Gründungsphase, sondern auch im Rahmen der Verhandlungen und dem Abschluss mit bedeutenden Kapitalgebern juristisch begleitet.

Modul III



Maik Königs zeigt als Produzent, Kreativer und Berater seit über acht Jahren seine Kompetenz im Web 2.0 und der Below-The-Line-Kommunikation. Der gefragte Experte für virales Marketing und Social Media hat seine Wurzeln in der Musikbranche als Texter, Produzent und Act. Er ist Mitbegründer und CEO von der elbkind GmbH, der Spezial-Agentur für Empfehlungsmarketing und Social Media in Hamburg.



Dr. Andreas Bersch ist Geschäftsführer der Agentur BRANDPUNKT GmbH und Autor des Businessblog FutureBiz (www.futurebiz.de). Die BRANDPUNKT GmbH gehört zu den führenden Agenturen für Social Media Marketing und ist derzeit das einzige Unternehmen aus Deutschland, dass von Facebook als „Preferred Developer Consultant“ zertifiziert ist.

QUALITY IN BUSINESS INFORMATION

Wir stehen zu unserem Wort!

Wir sind von der Qualität unseres Seminars überzeugt. Daher gewähren wir Ihnen eine Geld-zurück-Garantie, wenn das Seminar Ihre Erwartungen nicht erfüllt. Wenden Sie sich in diesem Fall bitte bis zur Mittagspause des ersten Seminartages an unsere Mitarbeiter und wir werden versuchen, eine Lösung zu finden. Sollte uns dies nicht gelingen, erstatten wir Ihnen die Teilnahmegebühr zurück.

Sie können diese Akademie auch Inhouse buchen.

www.euroforum-inhouse-academy.de

INFOLINE

Haben Sie Fragen zu dieser Akademie?

Wir helfen Ihnen gerne weiter.



Konzeption und Inhalt:

Nelli Hajdu, M.A.

(Konferenz-Managerin)



Organisation:

Anuschka Osterkamp

(Senior-Konferenz-Koordinatorin)

E-Mail: anuschka.osterkamp@euroforum.com

Telefon: 02 11/96 86-36 88

www.euroforum.com/socialmedia

[Kenn-Nummer]



INFOPOST
Ein Service der Deutschen Post

ALLEMAGNE Port payé

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86-40 40

Ja, ich nehme teil,

an der 5-tägigen EUROFORUM-Akademie
zum Preis von €3.499,- p. P. zzgl. MwSt.

[P1105805M015]

[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]

[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]

Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**

Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren lassen.**

[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

Name	
Position/Abteilung	Geb.-Datum (JJJJ)
Telefon	Fax
E-Mail	

Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren: Zusendung per E-Mail: Ja Nein Zusendung per Fax: Ja Nein

Firma
Anschrift
Branche
Ansprechpartner im Sekretariat

Datum, Unterschrift

Bitte ausfüllen, falls die Rechnungsanschrift von der Kundenanschrift abweicht:

Name
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme? Ich selbst oder Name: _____
Position: _____

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort: bis 20 21-50 51-100 101-250
 251-500 501-1000 1001-5000 über 5000

Der zertifizierte Social Media Marketing Manager

Van der Valk Airporthotel Düsseldorf,
Am Hülserhof 57, 40472 Düsseldorf,
Telefon: +49 (0)211 / 20063-0

TEILNAHMEBEDINGUNGEN. Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

DATENSCHUTZINFORMATION. Die EUROFORUM Deutschland SE verwendet die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

ZIMMERRESERVIERUNG. Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM“ vor.**

IHR TAGUNGSHOTEL VAN DER VALK AIRPORTHOTEL DÜSSELDORF, LÄDT SIE GANZ HERZLICH ZU EINEM UMTRUNK EIN.



Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/96 86-40 40
telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-36 88 [Anuschka Osterkamp]
Zentrale: +49 (0)2 11/96 86-30 00
schriftlich: EUROFORUM Deutschland SE
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

per E-Mail: anmeldung@euroforum.com
info@euroforum.com
im Internet: www.euroforum.de/socialmedia