1779 Social Media mit System

Aufwand minimieren - Nutzen maximieren

In diesem Kurs werden Techniken zur Verbesserung der Reichweite, Sichtbarkeit und Engagement auf verschiedenen Plattformen vermittelt. Ziel ist es, mit einer erfolgversprechenden Social Media Strategie den Dialog zu Interessenten und Kunden auch im Web 2.0 aufrecht zu erhalten und den Absatzkanal der sozialen Medien zu optimieren.

Die Zielgruppe:

Mitarbeiter aus den Bereichen:

- Marketing
- Vertrieb
- Kundenkommunikation
- Geschäftsführung

Die Voraussetzungen:

- Keine

Die Trainingsziele:

In diesem Kurs zum Thema „Social Media mit System“ lernen die TeilnehmerInnen und Teilnehmer, wie sie ihre Social-Media-Präsenz strategisch aufbauen und erfolgreich einsetzen können. Der Fokus liegt dabei auf der Entwicklung und Umsetzung einer effektiven Social-Media-Strategie, die auf die individuellen Bedürfnisse und Ziele der Teilnehmenden abgestimmt ist.

Die Inhalte:

- Analyse von Zielgruppen und Zielsetzung: Die Teilnehmenden lernen, wie sie ihre Zielgruppe auf Social-Media-Plattformen identifizieren und wie sie ihre Ziele auf die Bedürfnisse der Zielgruppe ausrichten können.

- Entwicklung von Inhalten: Die Teilnehmenden lernen, wie sie Inhalte erstellen, die für ihre Zielgruppe relevant und ansprechend sind. Dabei werden auch Themen wie Storytelling und Visualisierung behandelt.

- Auswahl von Plattformen: Die Teilnehmenden lernen, wie sie die verschiedenen Social-Media-Plattformen sinnvoll nutzen und welche Plattformen am besten zu ihren Zielen und ihrer Zielgruppe passen.

- Planung und Umsetzung: Die Teilnehmenden lernen, wie sie eine Social-Media-Strategie entwickeln und umsetzen können. Dabei geht es auch um die Planung von Beiträgen, die Steuerung von Interaktionen und die Erfolgsmessung.

- Monitoring und Optimierung: Die Teilnehmenden lernen, wie sie ihre Social-Media-Präsenz regelmäßig überwachen und optimieren können. Dabei geht es um die Auswertung von Kennzahlen und die Anpassung der Strategie.

Der Trainer: Alexander Schell ist Trendforscher, Consultant für innovatives Marketing und kundenweltorientierte Kommunikation, sowie ein praxiserfahrener Management-Trainer. Als Leiter des Europäischen Instituts für angewandtes Kundenmanagement (eifk) und als Geschäftsführer der Unternehmensberatung Schell Marketing Consulting in München begleitet und berät er u.a. österreichische Unternehmen wie z.B. Caritas Österreich, Telekom Austria, Österreichische Post, GRZ IT aber auch viele kleine und mittelständische Unternehmen wie Mörwald Gastronomie, Bauböck Landgasthof und Hotel, INNOVAMETALL und GLUATNEST.
Er gehört zum Referentenstamm der renommierten Universität St. Gallen, ist als Dozent für Marketing und Kommunikation an der Fachhochschule München, an der Munich Business School und am Campus Graz tätig und leitet an den Wirtschaftsförderungsinstituten (WIFI) in Österreich und Südtirol, sowie für viele andere internationale Bildungsträger, Messeveranstalter und Verbände, seit vielen Jahren zahlreiche Seminare, Workshops und Lehrgänge.