

Der Social Media Marketing Manager

Ihr Weg zum Erfolg im Social Media Marketing – Praxiswissen auf den Punkt gebracht

- > **Social Media Marketing:** Abgrenzung, Mechanismen, Zahlen und Fakten
- > **Blogs** einsetzen oder lieber Finger weg?
- > **Microblogging:** Für wen macht es Sinn und was sollten Unternehmen beachten
- > **Bild- und Videoportale** sinnvoll und strategisch einsetzen
- > **Social Media Instrumente:** Welche Netzwerke gibt es? Welche Bedeutung haben sie? Wer tummelt sich da? Welches ist für Sie das Richtige?
- > **Soziale Netzwerke** und ihre kommerzielle Dimension: Facebook im praktischen Einsatz, Fans gewinnen und nutzen, Google+ vs. Facebook, Werbung, Suchmaschinenoptimierung
- > **Controlling:** Monitoring Tools und relevante Kennzahlen für die Analyse und Steuerung der Social Media Aktivitäten
- > **Social Media Guidelines** und rechtliche Aspekte

Praxisbericht:

Social Media Management am Beispiel der Kellogg (Deutschland) GmbH

Ihre Referenten:



Dr. Erwin Lammenett,
Geschäftsführer, team in
medias GmbH, Aachen



Dr. Markus Dreißigacker,
Director Legal & Corporate Affairs D/A/CH,
Kellogg (Deutschland) GmbH, Bremen

Lernen Sie kompakt und praxisbezogen, wie Sie die vielfältigen Möglichkeiten des Social Media Marketings erfolgreich nutzen.

Ausbildungslehrgang mit Zertifikatsprüfung: In nur zwei Tagen zum zertifizierten „Social Media Marketing Manager“.

Der Social Media Marketing Manager

Seminarbeschreibung

Das Intensivseminar gibt einen Überblick über die wichtigsten Social Media Instrumente und deren Eigenarten. Neben den Funktionsprinzipien und Funktionsmechanismen der einzelnen Instrumente lernen die Teilnehmer anhand echter Praxisbeispiele und Übungen:

- > wie profitables Social Media Marketing heute funktioniert
- > welche Fallstricke in der Praxis lauern
- > welche Instrumente unter welchen Umständen relevant sind und welche nicht
- > wie viel Aufwand betrieben werden muss, um in den Kanälen sinnvoll aktiv zu sein
- > wo Gefahren lauern und worüber man sich vor einem Engagement klar werden muss
- > welche positiven Nebeneffekte es für andere Marketing-Disziplinen, insbesondere aus dem Online-Marketing gibt

Ziel des Seminars

Nach erfolgreicher Teilnahme können Sie Ihr Wissen für Ihre Unternehmenspraxis effizient nutzen.

- > Sie kommunizieren auf hohem Niveau mit Ihrer Agentur oder Social Media Marketing Experten
- > Sie wissen, wo Sie vertiefende Informationen zu Instrumenten erhalten und wie Sie diese einsetzen

Seminarbeschreibung

- > Sie haben praxisnahe Ansätze für die Integration von Social Media Marketing in den Gesamt-Marketing-Mix und können beurteilen, welche Maßnahmen für Ihr Unternehmen relevant sind und welche weniger interessant sind
- > Sie können einzelne Social Media Marketing Maßnahmen bereits selbst durchführen oder initiieren
- > Sie können ein Controlling aufbauen

Zertifikatsprüfung

Die Themen der zwei Tage werden im Rahmen eines freiwilligen Abschlusstests geprüft. Der Test wird online durchgeführt. Das Ergebnis erhalten Sie sofort am Bildschirm. Ihr Zertifikat zum „**Social Media Marketing Manager**“ senden wir Ihnen direkt nach der Veranstaltung zu.

Zeitlicher Ablauf der Seminartage

- 9.00** Beginn der Seminartage
- 12.15** Gemeinsames Mittagessen
- 17.15** Ende der Seminartage

Kommunikations- und Kaffeepausen werden im Verlauf des Seminars festgelegt.

Ihre Referenten



Dr. Erwin Lammenett

studierte in Aachen, Coventry (England), Toronto (Kanada) und Bratislava (Slowakische Republik). Von 1999 bis 2001 war er Vorsitzender der Fachgruppe eBusiness im Bundesverband Deutscher Unternehmensberater e.V. Von 2005 bis 2007 war er Lehrbeauftragter der Fachhochschule Aachen und seit 2011 ist er Mitglied im Praxisbeirat der Fachhochschule Düsseldorf, FB Medien. 1997 gründete er die Aachen/Hamburger Internetagentur team in medias, bei der er bis heute als Geschäftsführer und Online-Marketing Berater tätig ist. Dr. Erwin Lammenett ist mehrfacher Buchautor. Zwei seiner Marketing Bücher wurden Bestseller. Sein Werk „Praxiswissen Online-Marketing“ erschien im Februar 2012 in der 3. Auflage und entwickelt sich in Deutschland zu einem Standardwerk für Online-Marketing.



Dr. Markus Dreißigacker

leitet seit dem Jahr 2007 die Abteilung für Legal & Corporate Affairs von Kellogg in der D/A/CH-Region. Seit April 2010 steuert er zusätzlich die Region Skandinavien als Director Legal & Corporate Affairs und ist Mitglied der Geschäftsleitung. Zuvor war er 5 Jahre als Dozent im Internationalen Privat- und Europarecht sowie als Rechtsanwalt für deutsche, amerikanische und chinesische Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus tätig. Er war zudem Vorstand einer deutsch-indischen Entwicklungshilfe-Organisation.

Das Seminarprogramm

Erster Seminartag

Ihr Seminarleiter:

Dr. Erwin Lammenett, team in medias GmbH

Grundlagen für ein erfolgreiches Social Media Marketing

- > Definitionen – Web 2.0, Social Media, Social Media Marketing
- > Zahlen und Fakten – Wie alles begann, wo stehen wir heute?
- > Mechanismen des sozialen Ökosystems
- > Chancen und Gefahren der sozialen Medien
- > Was ist mit Privatsphäre?

Blogs erfolgreich nutzen

- > Entstehung und „der besondere Kick“
- > Blogsoftware
 - Was Blogsoftware heute leistet
 - Der virale Effekt
 - Blogsoftware Alternativen
- > Für und Wider des Einsatzes eines Blogs im Unternehmen
- > Blogs für die Suchmaschinenoptimierung nutzen
- > Mit Blogs Geld verdienen
- > Praxisbeispiele

Praxis-
bericht

Social Media Management und rechtliche Aspekte am Beispiel der Kellogg's® Sunshine Tour

- > Social Media im Marketing-Mix am Beispiel der Kellogg's® Sunshine Tour
- > Social Media Maturity-Analyse & Praxisbeispiele
- > Risiko-Analyse und Issue-Management
- > Rechtliche Aspekte von Social Media
- > Social Media Policies & Guidelines

Dr. Markus Dreißigacker, Director Legal & Corporate Affairs D/A/CH, Kellogg (Deutschland) GmbH, Bremen

Microblogging sinnvoll einsetzen

- > Hintergründe, Definitionen, Mechanismus
- > Verschiedene Systeme (Twitter und Co.)
- > Für wen macht Microblogging Sinn?
- > Was Unternehmen beim Microblogging beachten sollten
- > Praxisbeispiele

Bild- und Videoportale – Teil 1

- > Hintergründe, Definitionen, Mechanismus
- > Interessante Fallbeispiele und konkrete Zahlen

Sektempfang

Zum Abschluss des ersten Seminartages lädt Sie Management Forum Starnberg herzlich ein zum Dialog mit den Referenten und den Teilnehmern – eine Gelegenheit für Erfahrungsaustausch und Kontakte am Rande der Veranstaltung.

Das Seminarprogramm

Zweiter Seminartag

Bild- und Videoportale – Teil 2

- > Positive Seiteneffekte aus einem Engagement in Bild- oder Videoportalen
- > Werben in Videos am Beispiel von YouTube
 - Wie wird es konkret gemacht?
 - Video erstellen und hochladen
 - Qualität oder Masse?
 - Bewerben oder auf viralen Effekt setzen?

Soziale Netzwerke gezielt auswählen und nutzen

- > Grundlagen: Welche Netzwerke gibt es? Welche Bedeutung haben sie? Wer tummelt sich dort? Welches ist für Sie das Richtige?
- > Fallstricke: Von den Fehlern der Anderen lernen – Pleiten, Pech und Pannen

Facebook im praktischen Einsatz

- > Die wichtigsten Standardanwendungen in Facebook
- > Eine Facebook Profilseite erstellen
- > Möglichkeiten der Gestaltung
- > Fans gewinnen und nutzen
- > Google+ versus Facebook

Facebook Marketing und Erfolgskontrolle

- > Attraktive Werbung auf Facebook schalten
- > Statistik auf Facebook
- > Facebook Anwendungen für das Marketing
- > Soziale Netzwerke und Suchmaschinenoptimierung

Social Media Marketing operativ umsetzen

- > Einbindung der Social Media Aktivitäten in die Marketing Strategie
- > Interne Kommunikation der Social Media Strategie

Social Media Monitoring – messbarer Erfolg

- > Auswahl von Monitoring Tools
- > Relevante Kennzahlen für die Analyse und Steuerung der Social Media Aktivitäten
- > Gibt es einen Social Media ROI?

Ihr Ansprechpartner

Jens Frenkel
Konferenz-Manager

„Ihre Fragen zur Veranstaltung beantworte ich gerne!“

Tel. (0 81 51) 27 19 43

jens.frenkel@management-forum.de



Informationen

Zielgruppe	Das Seminar richtet sich branchenübergreifend an Geschäftsführer sowie Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing, Online-Marketing, Werbung, E-Commerce, CRM, Vertrieb, Produktmanagement, Marktforschung, Unternehmenskommunikation sowie Unternehmensstrategie und -entwicklung.
Anmeldung	> per Telefon: (0 81 51) 27 19-0 > per Telefax: (0 815 1) 27 19-19 > per E-Mail: info@management-forum.de > per Internet: www.management-forum.de/socialmedia > per Post: Management Forum Starnberg GmbH · Maximilianstr. 2b · 82319 Starnberg
Teilnahmegebühr	Die Gebühr für das zweitägige Seminar beträgt inklusive Mittagessen, Getränke sowie Arbeitsunterlagen € 1.895,- zzgl. 19% MwSt. Sollte mehr als eine Person aus einem Unternehmen an diesem Seminar teilnehmen, gewähren wir ab dem zweiten Teilnehmer 10% Preisnachlass. Sie erhalten nach Eingang der Anmeldung die Teilnahmebestätigung und eine Rechnung. Die Teilnahme an der Veranstaltung setzt Rechnungsausgleich voraus. Programmänderungen aus aktuellem Anlass behalten wir uns vor. Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie unsere Teilnahmebedingungen an.
Rücktritt	Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von € 55,- zzgl. 19% MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage bis spätestens zwei Wochen vor dem jeweiligen Veranstaltungstermin schriftlich bei Management Forum Starnberg GmbH eingeht. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer verspäteten Abmeldung wird die gesamte Seminargebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.
Termine und Orte	18. und 19. Februar 2013 in München: Holiday Inn Munich - City Centre, Hochstraße 3, 81669 München Telefon: 089/4803-4444, Telefax: 089/4488277, E-Mail: muchb.sales@whgeu.com, Zimmerpreis: € 129,- inkl. Frühstück 15. und 16. April 2013 in Frankfurt/M.: relexa Hotel Frankfurt, Lurgallee 2, 60439 Frankfurt/M., Telefon: 069/95778-0, Telefax: 069/95778-878, E-Mail: Frankfurt-Main@relexa-hotel.de, Zimmerpreis: € 107,50 inkl. Frühstück
Zimmerreservierung	Für dieses Seminar steht Ihnen im Veranstaltungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung rechtzeitig und direkt im Hotel unter Berufung auf Management Forum Starnberg vor. Die Zahlung erfolgt direkt vor Ort im Hotel. Der Zimmerpreis ist nicht in der Teilnahmegebühr enthalten.
Registrierung	Der Seminar-Counter ist ab 8.30 Uhr zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Teilnahme gelten Namensplaketten, die vor Veranstaltungsbeginn zusammen mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.
Management Forum Starnberg	Als Veranstalter von Fachkonferenzen und -seminaren für Führungskräfte stehen wir für > professionelle Planung, Organisation und Durchführung > Zusammenarbeit mit namhaften Referenten > aktuelle Themen und sorgfältig recherchierte Inhalte > viel Raum für informative Diskussionen und interessante Kontakte
Inhouse-Schulungen und Einzel-Coachings	Zu diesen und weiteren Themen bieten wir individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Inhouse-Schulungen und individuelle Einzel-Coachings an. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir unterbreiten Ihnen gerne ein unverbindliches, auf Ihre Wünsche zugeschnittenes Angebot. Ihr Ansprechpartner: Peter Bartl, Tel.: 08151/2719-0, peter.bartl@management-forum.de
Anreise	Mit der Deutschen Bahn ab € 99,- zum Seminar von Management Forum Starnberg und zurück. Infos unter: www.management-forum.de/bahn



Datenschutzhinweis: Die Management Forum Starnberg GmbH verwendet die im Rahmen der Anmeldung erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen per Post Informationen über weitere Angebote zu schicken. Wir informieren unsere Kunden außerdem telefonisch, per E-Mail oder Fax über für sie interessante Weiterbildungsangebote, die den von ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Forum Starnberg, Maximilianstraße 2b, 82319 Starnberg, unter info@management-forum.de, oder telefonisch unter 08151-27190 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

www.management-forum.de/socialmedia, Fax (08151) 2719-19

Bitte Coupon fotokopieren oder ausschneiden und im Briefumschlag oder per Fax an: Management Forum Starnberg GmbH, Maximilianstraße 2b, 82319 Starnberg



Ja, hiermit melde ich mich an für das Seminar
Der Social Media Marketing Manager

- am 18. und 19. Februar 2013 in München
 am 15. und 16. April 2013 in Frankfurt/M.

1. Name	2. Name
Vorname	Vorname
Position	Position
Abteilung	Abteilung
Firma	
Straße/PF	PLZ/ Ort
Telefon	Telefax*
E-Mail*	
Branche	Beschäftigungszahl: ca.
Datum	Unterschrift

X 6090 / 6091

Management Forum
Starnberg GmbH
Frau Nina Fritz
Maximilianstraße 2b
82319 Starnberg

Sollten Sie Ihre Anmeldung bis spätestens 2 Wochen vor dem jeweiligen Termin stornieren (schriftlich bei uns eingehend), berechnen wir Ihnen eine Bearbeitungsgebühr von € 55,- zzgl. 19% MwSt. pro Person. Bei Nichterscheinen bzw. bei einer verspäteten Absage ist die gesamte Veranstaltungsgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. *Mit der Nennung Ihrer E-Mailadresse und/oder Faxnummer erklären Sie sich einverstanden, dass wir Sie auch per E-Mail und/oder Fax über unser aktuelles Angebot informieren dürfen. Wenn Sie dies nicht wünschen, streichen Sie bitte diesen Satz.