

Social Media in Verbundgruppen

Der Umgang mit sozialen Netzwerken in Verbundgruppen und Mitgliedsunternehmen

Termin:

12.03. – 13.03.2015

Mehrwert für Verbundgruppen.

Diese Veranstaltung richtet sich an:

Spezialisten und Ressortverantwortliche aus den Bereichen Unternehmenskommunikation und Marketing von Verbundgruppen und Kooperationen

Erfahren Sie, wie Sie die sozialen Netzwerke für Ihre Verbundgruppe nutzen können

Immer mehr Verbundgruppen erkennen, dass soziale Webplattformen wie Facebook, Twitter & Co. Chancen bieten, um schnell und wirkungsvoll mit ihren relevanten Zielgruppen in Dialog zu treten. Während einige Verbundgruppen bereits sehr weit in der Entwicklung eines stimmigen Konzeptes für die Aktivitäten auf den sozialen Plattformen sind - haben andere wiederum erheblichen Nachholbedarf bzw. stehen noch am Beginn ihrer Aktivitäten.

Unsere Veranstaltung zeigt konkrete Wege auf, wie Sie Social-Media-Aktivitäten planen und umsetzen können. Nach einer Einführung in die Grundlagen von Social Media werden Ihnen Best-Practice-Beispiele vorgestellt, wie Unternehmen bis dato Social Media erfolgreich in ihre Marketing- und PR-Strategien etabliert haben.

Integraler Bestandteil des Seminars ist es, dass Sie selbstständig Bausteine und Konzepte entwickeln, die Sie direkt in den Unternehmensalltag Ihrer Kooperation integrieren können. Dies geschieht im Rahmen von Gruppenarbeiten mit Fachkollegen und wird von einem Social-Media-Experten moderiert. Dabei stehen die Besonderheiten von Verbundgruppen sowie auch die bisherigen Erfahrungen der Teilnehmer im Mittelpunkt.

Ihr Nutzen:

- Sie lernen, die Bedeutung sozialer Netzwerke für Ihre Verbundgruppe richtig einzuschätzen.
- Sie entwickeln einen eigenständigen Ansatz zur Etablierung eines Social-Media-Konzeptes für Ihre Verbundgruppe.
- Sie erarbeiten sich ein umfangreiches Verständnis für die Herausforderungen auf den unterschiedlichen Ebenen der Verbundgruppen (Zentrale und Mitglieder).
- Sie profitieren vom Erfahrungsschatz der Seminarteilnehmer.
- Sie lernen unterschiedliche Modelle der Arbeitsteilung zwischen Zentrale, Mitgliedern und Dienstleistern kennen und entwickeln Strategien für Ihre Verbundgruppe.

Inhaltsschwerpunkte:

- Grundlagen und Praxisbeispiele von Social Media
- Zahlen, Daten, Fakten: Die Bedeutung von Social Media im Marketingmix
- Ziele, Zielgruppen und Plattformen
- Best Practice: Ein Überblick über die Verbundgruppen-Szene – wer macht was?
- Zentral vs. dezentral gesteuerte Social-Media-Konzepte: Chancen und Risiken

Intensiv-Workshop:

Im Rahmen von Kleingruppen diskutieren und erarbeiten die Teilnehmer Praxismodelle für die Zusammenarbeit zwischen Zentrale und Mitgliedsunternehmen:

- Entwicklung konkreter Bausteine und Konzepte für die Verbundgruppenzentrale
 - Wie können soziale Netzwerke zur Vertriebsunterstützung eingesetzt werden?
- Unterstützung der Mitgliedsunternehmen
 - Wie sieht ein Trainingskonzept für angeschlossene Unternehmen aus?
 - Wie können Starterpakete definiert werden?
 - Wie sieht ein konkreter Redaktionsplan für Social-Media-Aktivitäten aus?
- Nutzung von Agenturdienstleistungen
 - Welche Arbeitspakete können über Agenturen erbracht werden?
 - Was sollte intern gelöst werden?
- Social-Media-Monitoring
 - Wie kann die Zentrale die Anschluss Häuser beim Monitoring unterstützen?
 - Welches sind die wichtigsten Benchmarks und Key Performance Indicators (KPI)?
 - Wie sind Eskalationsprozesse in Krisensituationen zu definieren (Stichwort „Shitstorm“)?
 - Wie kann die Zentrale die Einhaltung von CI-Richtlinien und Guidelines sicherstellen?

ORGANISATORISCHES

Ihr Dozent:

Dipl.-Kfm. Michael Heipel ist Berater für digitales Marketing, Business Development und Innovationsmanagement. Zuvor war er Geschäftsführer bei spring Messe Management GmbH, einer Tochtergesellschaft der Deutschen Messe AG. Er verfügt über langjährige Erfahrung auf Unternehmens- und Agenturseite im Offline- und Online-Marketing, Social Media und Events.

Unter <http://michaelheipel.wordpress.com> bloggt er über Eventinnovationen, Technologie und digitales Marketing und ist auf Twitter unter @michaelheipel zu finden.

FAX-ANMELDUNG 02602 14 95-500

Termin:

12.03. – 13.03.2015

Anmelde-Nr.:

SB415-0078

Preis:

EUR 890,- für Mitglieder des MITTELSTANDS-
VERBUNDES – ZGV

EUR 990,- für Nicht-Mitglieder*

* Mitglieder der ADG/des Fördervereins erhalten eine gesonderte Rabattierung.

Auch als Inhousemaßnahme buchbar.

Social Media in Verbundgruppen

Der Umgang mit sozialen Netzwerken in Verbundgruppen und Mitgliedsunternehmen

Mein Unternehmen ist Mitglied des MITTELSTANDSVERBUNDES – ZGV

Unternehmen/Verbundgruppe

Name, Vorname

Straße/Postfach

PLZ/Ort

E-Mail

Telefon

Datum

Unterschrift und Stempel

Wir buchen Ihnen automatisch ab dem Vorabend der Veranstaltung ein Zimmer im Hotel inklusive aller zusätzlichen Leistungen. Hotel Schloss Montabaur verfügt über drei Zimmerkategorien. Bitte kreuzen Sie Ihre bevorzugte Wahl unbedingt an. Standard Comfort Superior.
Die aktuellen Zimmerpreise finden Sie online unter: www.adgonline.de/adg-hotelpreise. Wir setzen alles daran, Ihnen nach Verfügbarkeit Ihre Wunschkategorie zu optionieren.

Wenn Sie nicht am Vorabend anreisen oder gar keine Übernachtung benötigen, kreuzen Sie dies bitte an: keine Vorabendanreise keine Übernachtung

Mit welchem Verkehrsmittel werden Sie anreisen? Bahn PKW PKW-Mitfahrer

Rechnungsanschrift = Unternehmensanschrift **oder**

Abweichende Rechnungsanschrift, wie folgt:

.....

.....

ANSPRECHPARTNER FÜR INHALTLICHE FRAGEN

Selbstverständlich stehen wir Ihnen auch gerne für weitergehende Fragen oder Informationen zur Verfügung.

Simon Birbacher

B. A.

Produktmanager

T: 02602 14-263

F: 02602 1495-263

simon_birbacher@adgonline.de

ANMELDUNG/ORGANISATORISCHE FRAGEN

Servicecenter Seminare

T: 02602 14-500

F: 02602 1495-500

service@verbundgruppenakademie.de

Akademie der Verbundgruppen ADV
Schloss Montabaur | 56410 Montabaur
www.verbundgruppenakademie.de

Ein Angebot im Rahmen des ADG-Jahresprogramms 2015

Vertrieb, Marketing, Kommunikation