

Seminar

Social-Media-Konzepte für Verbundgruppen

Dozent:
Michael Heipel

Termin:

21.03. – 22.03.2013

NEU

Mehrwert für Verbundgruppen.

Diese Veranstaltung richtet sich an:

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

Erarbeiten Sie Praxismodelle für Verbundgruppenzentralen und Mitgliedsunternehmen!

Die aktuelle Situation zeigt, dass einige Verbundgruppen bereits sehr weit in der Entwicklung eines stimmigen Konzeptes für die Aktivitäten auf den sozialen Plattformen sind - andere wiederum haben noch erheblichen Nachholbedarf bzw. stehen noch am Beginn ihrer Aktivitäten.

Anders als bei Konzernunternehmen stellt Social Media für Verbundgruppen eine besondere Herausforderung dar: Wie lässt sich ein stimmiges Konzept für die gesamte Gruppe entwickeln, das sowohl die Interessen der Mitglieder als auch die der Zentrale berücksichtigt? Mit welchen Inhalten können Kooperationen und ihre Mitglieder bei ihren „Fans“ punkten? Welche Aktivitäten sollten von der Zentrale gesteuert werden, welche vom Mitglied selbst? Mit welchen Leistungen und Hilfestellungen können die Verbundgruppen ihre Mitglieder in den sozialen Netzwerken unterstützen?

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

Ihr Nutzen:

- 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).

**Diese Veranstaltung ist auch als Inhousemaßnahme buchbar.
Rufen Sie uns einfach an: 02602 14-263**

- 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

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

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
- Unterstützung der Mitgliedsunternehmen
 - Wie sieht ein Trainingskonzept für angeschlossene Unternehmen aus?
 - Wie können Starterpakete für Facebook, Unternehmensblog, Twitter, XING, Youtube und Flickr 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 Anschlusshäuser 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 Executive Director Marketing und Eventmanagement beim Weltverband der Zeitungen und Nachrichtenmedien mit mehr als 18 Jahren 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 Social Media und ist auf Twitter unter @michaelheipel zu finden.

Preise:

EUR 890,- für Mitglieder des MITTELSTANDSVERBUNDES – ZGV
EUR 990,- für Nicht-Mitglieder*

zzgl. Übernachtungs- und Pensionskosten

Termin:

21.03. – 22.03.2013

Seminarbeginn:

21.03.2013 um 10 Uhr

Anmelde-Nr.:

SB413-161

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

Social-Media-Konzepte für Verbundgruppen

☐ 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. Wenn Sie nicht am Vorabend anreisen oder gar keine Übernachtung benötigen, kreuzen Sie bitte an: ☐ keine Vorabandanreise ☐ 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.

B.A.

Simon Birbacher

Produktmanager

T: 02602 14-263

F: 02602 1495-263

simon.birbacher@verbundgruppenakademie.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 2013

Marketing/Vertrieb

