

Themenfeld:

Analoge und digitale Unternehmens-, Marken- und Kundenkommunikation, Inhaltsgetriebene und redaktionelle Kommunikation, Corporate Communications, Corporate Publishing, Branded Content, Werbe- und Verkaufskommunikation

Tagesseminar

„Informieren & Erzählen“ statt „Werben & Verkaufen“!

Content Marketing

Mit den richtigen Inhalten on- und offline überzeugen und verkaufen

Kundenrelevante Themen und Geschichten finden, zu aktivierenden Inhalten formen und über die richtigen Kanäle und geeigneten Medien kommunizieren

Zielgruppe

Ein spannendes und lehrreiches Seminar für alle **Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing, Kommunikation, Werbung und Vertrieb/Verkauf in kleinen, mittleren und großen Betrieben in allen Branchen**, die sich mit dem noch jungen, sehr erfolgversprechenden und bereits in vielen Unternehmen etablierten Marketing- und Kommunikationsansatz vertraut machen wollen und die wissen, dass man mit den traditionellen Kommunikationsmethoden nicht mehr weiterkommt.

Das Seminar eignet sich auch für Unternehmer/-innen in Klein- und Mittelbetrieben, sowie für Freiberufler und Selbständige.

Veranstaltungsdauer / Ablauf

- 1 Tag
- 09:00 Uhr - 17:00 Uhr
- inklusive 1 Mittagspause (ca. 45 Minuten)
- inklusive 2 Kaffeepausen am Vor- und Nachmittag (jeweils ca. 20 Minuten)

Ziele / Nutzen

Content Marketing ist weit mehr als nur ein Trend. Diese neue Marketing- und Kommunikationsschule unterstützt den / die Kommunikationsmanager/-in bei der Interessenten-Ansprache und beim Dialog mit den Kunden. Content Marketing lehrt die Anbieter auf qualitative, nutzenbringende, glaubwürdige und zielgruppengerechte Informationen zu setzen, die die Kunden von der Marke, dem Unternehmen und den angebotenen Produkten und Dienstleistungen überzeugen – und sie schließlich zu begeisterten Fans der Themen und Geschichten des Unternehmens machen. Denn jede (Unternehmens-) Welt ist voller spannender Themen und erzählenswerter Geschichten. Doch wer kennt sie schon?

Man spricht in Fachkreisen von einer „schleichende Revolution in der Marketing-Kommunikation“, denn Content Marketing ist in ganz Europa auf dem Vormarsch. Marketing und Kommunikation in den Unternehmen müssen neu gedacht werden: Informieren & Erzählen statt Werben & Verkaufen. Für den modernen Kunden zählen nämlich hochwertige Inhalte und weitererzählenswerte Geschichten mehr als platte Reklamesprüche und pushige Verkaufsargumente.

Dieses Seminar vermittelt Ihnen einen umfassenden Überblick über die wichtigsten Vorteile, Grundlagen, Methoden und Instrumente des Content Marketing.

- Sie erfahren anhand vieler praktischer Beispiele, wie auch Ihr Unternehmen Content im Marketing und in der Kommunikation einsetzen kann, um bestehende Kunden zu begeistern und zu binden, um Neukunden zu gewinnen und so den Umsatz dauerhaft zu steigern.
- Sie lernen in diesem Seminar vor allem die vielen verschiedenen Formen von Content kennen, mit dem es gelingt, die Aufmerksamkeit, das Interesse und die Zuwendung des Kunden zu gewinnen und auf diese Weise Kaufentscheidungen herbeizuführen.
- Sie üben gemeinsam mit dem Trainer in der Kommunikationswelt Ihres eigenen Unternehmens brauchbare Themen und Geschichten zu finden und diese zu interessanten Inhalten für Ihr Marketing und Ihre Kommunikation zu formen.

Mehrwert für die Teilnehmer/innen

Alle Teilnehmer/innen erhalten zusätzlich zu einem **PDF-Dokument mit den Präsentationsfolien** des Referenten und zum **Teilnahme-Zertifikat** eine Auswahl ergänzender **Fachartikel, Whitepaper, Checklisten und Übersichten** zum Thema „Content Marketing“ – zum Teil als digitale Dokumente und zum Teil als Print-Broschüren oder Arbeitspapiere.

Unser Kooperationspartner **Content Marketing Forum CMF**, Europas größter Branchen-Verband, stellt darüber hinaus interessante Themen-Publikationen, **Print-Booklets oder eBooks** zur Verfügung!

Während des eintägigen Seminars besteht für alle Teilnehmer/-innen die Option, Themen, Geschichten und andere Inhalte aus dem eigenen Unternehmen einzubringen und gemeinsam mit dem Trainer und den Kollegen/-innen auf Einsatzfähigkeit zu überprüfen.

Programm

Die Kunden für unsere Produkte oder Leistungen haben sich schon längst dafür entschieden, was sie wahrnehmen wollen und was nicht, wem er sich zuwenden und wem nicht, was sie schlussendlich kaufen und was nicht. Moderne Abnehmer benötigen nämlich für ihre Kaufentscheidungen emotionale Botschaften, die ihnen nahe gehen, nützliche Informationen, die ihnen helfen, Entscheidungen zu treffen und spannende Geschichten, die sie faszinieren und sie von der Marke, vom Anbieter und von den Produkten und Dienstleistungen überzeugen - und schlussendlich zum Handeln bewegen.

Über den Erfolg eines Produkts oder einer Dienstleistung auf dem Markt entscheiden heute allein die Aufmerksamkeit, das Interesse und die Zuwendungsbereitschaft des Kunden und damit auch die Attraktivität, die Sympathie und die Relevanz der Kundenkommunikation. Und genau hier hat sich in den letzten Jahren ganz gewaltig etwas verändert. Denn gute Inhalte sind für Unternehmen erfolgskritisch geworden. Hochwertige Themen und Geschichten sind heute ganz entscheidend dafür, ob der Kundendialog, die Werbung und der Verkauf wie gewünscht funktionieren.

In diesem Seminar erhalten Sie einen kompakten Einblick in die Welt des Content Marketing. Sie werden anhand von vielen internationalen Beispielen aus der modernen innovativen Marken-, Unternehmens-, Kunden-, Werbe- und Verkaufskommunikation behutsam in das neue Thema eingeführt. Die Konzeption, Erstellung und Distribution von guten Inhalten richtet sich natürlich am Bedarf und an den Interessen der potenziellen und tatsächlichen Kunden aus. Genau hier liegt einer der Ansatzpunkte in unserem Content Marketing Seminar.

Auszug aus dem Inhalt

- Was heißt „Content Marketing“? Der Versuch einer Definition.
- Für welche Unternehmen eignet sich Content Marketing?
- Die Fokussierung auf ein Content Marketing-Zielgruppensegment („Buyer Personas“)
- Das alles versteht man unter „Content“!
- Was können Unternehmen mit Hilfe des Content Marketing erreichen?
- Mit welchem Content kann die Marken-/Unternehmens-Positionierung im Kopf der Kunden in der relevanten Zielgruppe positiv beeinflusst werden?
- Die (Unternehmens-) Welt ist voller Geschichten. Doch wer kennt sie?
- Die bedeutendsten Instrumente und Medien des Content Marketing
- Auf der Suche nach brauchbaren Themen und guten Inhalten:
 - Wie kommt man zu erfolgversprechendem Content?
 - Wo findet man kundenrelevante Sachverhalte?
 - Und wo soll man nach überzeugenden Geschichten suchen?
 - Wie entwickelt man gute Inhalte?
- Die wichtigsten Content Marketing-Ziele:
Unterhaltung, Wissensvermittlung, Information, Aktivierung, Kaufentscheidung
- Inhalte (Content-Arten):
 - Texte, Audio, Bilder, Bewegtbild (Videos)
 - Piktogramme, Icons, Logos und Signets
 - Grafiken, Infografiken und Illustrationen
- Die systematische Aufbereitung und Inszenierung von Inhalten
- Der wirkungsvolle Einsatz und die effektive Verbreitung von Content
- Wie kann man im Rahmen des Kaufprozesses das Entscheidungsverhalten der Kunden über Content anstoßen, begleiten und zum Abschluss führen?

Methodik-Didaktik

Der erfahrene Kommunikationsprofi und Mitglied der Jury „Best Of Content Marketing (BCM)“ des Content Marketing Forum (CMF) Alexander Schell und sein Team vermittelt den Teilnehmern/-innen nicht nur das notwendige Grundlagenwissen, sondern auch wertvolles Praxis-Knowhow aus einem Füllhorn von Erfahrungen in kleinen und großen Unternehmen in den unterschiedlichsten Branchen, in denen das Team des eifk Content Marketing eingeführt, optimiert und weiterentwickelt hat. Der Trainer ist Erwachsenenbildungsprofi und präsentiert die verständlich aufbereiteten Lerninhalte interessant, kurzweilig und unterhaltsam.

Die Teilnehmer/-innen erhalten einen erstklassigen Einblick in den erfolversprechenden Content Marketing-Ansatz - aus der Praxis für die Praxis, komprimiert und auf das Wesentliche reduziert. Der jeweilige Vorkenntnisstand der Teilnehmer/-innen steht während dieses Seminars stets im Mittelpunkt und der Trainer geht gezielt auf alle Fragestellungen der Teilnehmer/-innen ein.

Moderne multimedial unterstützte Lernkommunikation spricht mehrere Sinne der Teilnehmer/innen (Sehen, Hören, Fühlen) gleichzeitig an. Praxisbeispiele und Transferaufgaben in Wort, Bild und Ton (z.B. Kundenmagazine, Mitarbeiterzeitschriften, Websites / Microsites, Videoclips und andere Muster-Beispiele aus der betrieblichen Content Marketing-Praxis) machen einen gewichtigen Teil des Seminars aus.

Während des eintägigen Seminars besteht für alle Teilnehmer/-innen die Option, Themen, Geschichten und andere Inhalte aus dem eigenen Unternehmen einzubringen und gemeinsam mit dem Trainer und den Kollegen/-innen auf Einsatzfähigkeit zu überprüfen.