

Themenumfeld:

Digitalisierung / Digitale Transformation, Marketing, Kommunikation, Vertrieb / Verkauf, Content Marketing, Online Marketing, Internet Marketing, Social Media Marketing, Mobile Marketing, Tablet Marketing, Smartphone Marketing, Newsletter Marketing

Tagesseminar

Marketing 4.0

Digitales Marketing

Über digitale Kanäle und neue Medien erfolgreich kommunizieren und verkaufen

Optimieren Sie Ihr Marketing im Internet, in den Social Media und auf Mobilfunkgeräten!

Zielgruppe

Ein überraschend lehrreiches Grundlagen-Seminar für alle **Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing, Kommunikation, Werbung, Kundenservice und Vertrieb/Verkauf in kleinen, mittleren und großen Betrieben in allen Branchen**, die sich mit der digitalen Marketing- und Kommunikationspraxis vertraut machen bzw. auf den neuesten Stand der Digitalisierung im Marketing und in der Kommunikation bringen wollen.

Das Seminar erfordert keine speziellen Digital Marketing-Vorkenntnisse und 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

Das Marketing von heute entwickelt sich immer digitaler. Intelligentes und kreatives Marketing über digitale Kanäle wird immer wichtiger für den Unternehmenserfolg. Die Budgets für digitales Marketing sind in den letzten Jahren rasant gestiegen, denn die meisten Unternehmen haben erkannt, dass sie dort präsent sein müssen, wo sich ihre Kunden aufhalten – und die sind über Laptop, Tablet oder Smartphone zuhause, im Büro oder unterwegs täglich mehrere Stunden im Netz und in den sozialen Medien wie Facebook, YouTube, Instagram und Pinterest aktiv. Der Anteil der mobilen Einstiege ins Internet hat den Anteil an stationären Zugriffen längst überholt. Die Online-Shopping-Umsätze von Amazon, Check24 & Co. sind in den letzten Jahren explodiert, denn eShops kennen keine Öffnungszeiten.

Dieses Grundlagen-Seminar führt Marketing Manager in die verlockende Welt des digitalen Marketings ein und zeigt auf, wie man über digitale Wege heute mit seiner Zielgruppe interagiert.

Natürlich, eMails, WhatsApp-Nachrichten oder SMS können heute im Zug, im Auto, im Hotel oder auch am Strand abgerufen und beantwortet werden. Doch wer als Anbieter Online-Dialoge führen und digital werben oder verkaufen will, muss die Chancen und Möglichkeiten des digitalen Marketings begreifen, mit der technischen Entwicklung mithalten und die neuen Spielregeln verstehen. Jedes Unternehmen braucht daher entsprechend geschulte Mitarbeiter und Führungskräfte. An Wissen und Kompetenzen im Digitalen Marketing führt daher kein Weg mehr vorbei.

Das Seminar „Digitales Marketing“ bietet den Teilnehmern/-innen viele praktische und leicht umsetzbare Tipps und Ideen zum Thema Marketing/Kommunikation übers Internet und über Mobilfunk (per Smartphone, Phablet, Tablet, Notebook, ...), sowie neueste Informationen aus der Praxis und aktuelle Best & Worst Practice-Beispiele.

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 „Digital Marketing“ – selbstverständlich als digitale Dokumente.

Während des eintägigen Seminars besteht für alle Teilnehmer/-innen die Option, digitale Marketing-Strategien und digitale Marketing-Maßnahmen aus dem eigenen Unternehmen einzubringen und gemeinsam mit dem Trainer und den Kollegen/-innen zu hinterfragen.

Programm

Digitales Marketing ist längst die Königsdisziplin des Marketings geworden. Kaum eine Branche entwickelt sich in einem so schnellen Tempo weiter wie das Digitale Marketing. Das Feld des digitalen Marketings ist schon heute vielfältiger denn je und da verwundert es kaum, dass so manchem Marketing-Verantwortlichen der Überblick fehlt.

Diese Entwicklungen greift unser Tagesseminar auf und bietet den Teilnehmern/-innen einen Einblick in die wichtigsten Methoden, Techniken und Instrumente des Digitalen Marketings. Auf diese Weise ist der / die Seminarteilnehmer/-in in der Lage, die Potenziale des Digital Business besser zu begreifen und auch zu verstehen, was Markenkommunikation in den digitalen Medien bedeutet.

In diesem Seminar erhalten Sie einen kompakten Einblick in die Welt der digitalen Marketing-Kommunikation. Sie lernen dabei die Besonderheiten und Mechanismen der digitalen Marktrealität kennen. Fachbegriffe des digitalen Marketings werden für Sie nach Besuch dieser Veranstaltung kein Thema mehr sein.

Auszug aus dem Inhalt

Man spricht in Fachkreisen auch von einer „schleichende Revolution im Marketing“, denn digitales Marketing ist in ganz Europa auf dem Vormarsch. Marketing und Kommunikation in den Unternehmen müssen neu gedacht werden. Unser Grundlagen-Seminar hilft Ihnen dabei!

- Grundbegriffe des Digitalen Marketing
- Veränderungen im Kundenverhalten – und damit in der Praxis des Kundendialogs, der Werbung und des Vertriebs
- Online-Kundenprozesse und „Digital Buyers Journey“
- User, Followers, Friends, Fans und Influencers
- Digitalisierung der (Kunden-)Welt – und des Geschäfts
- Digital Trends 2020: Die neuesten Entwicklungen im digitalen Marketing und in der digitalen Kommunikation und die erfolgversprechendsten Geschäftsmodelle und Strategien, Wege und Medien, Methoden und Instrumente, Ideen und Innovationen im Bereich des digitalen Business
- Unternehmen, Marke und Produkt in der digitalen Welt – und die neuen Herausforderungen für digitale Marketing- und Kommunikationsstrategien
- Wie man Marken digital präsent und erlebbar macht
- Digital Transformation (Best Practice): Erfolgsgeschichten in kleinen, mittleren und großen Unternehmen
- Digital Publishing und Content Marketing über digitale Medien: Was auf PCs, Notebooks, Tablets und Smartphones lesbare Publikationen und Inhalte in Webseiten, Blogs, Kundenmagazinen und Newsletters von Print-Medien und analog und offline präsentiertem Content unterscheidet
- Wie und mit welchen Instrumenten man in der digitalen Welt Erfolge misst, Ergebnisse überprüft und die Medien bzw. den Content optimiert
- Verkauf(sförderung) über digitale Kommunikation: Storyselling & Sales Publishing
- Suchmaschinenoptimierung: Was man heute tun muss, um bei Google gefunden zu werden
- Wissenswertes zum Influencer Marketing
- Wissenswertes zum Social Media Marketing (z.B. Facebook Marketing oder YouTube Marketing) und zum digitalen Netzwerk-Marketing (z.B. LinkedIn- und XING-Marketing)

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 Digitales Marketing überprüft, optimiert und weiterentwickelt hat. Die Trainer sind Erwachsenenbildungsprofis und präsentieren die verständlich aufbereiteten Lerninhalte interessant, kurzweilig und unterhaltsam.

Die Teilnehmer/-innen erhalten einen erstklassigen Einblick in das moderne „Digital Marketing“ - 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, Praxisbeispiele und Transferaufgaben in Wort, Bild und Ton (z.B. Websites / Microsites, Digitale Magazine, Blogs, Videoclips und andere Muster-Beispiele aus der betrieblichen Digital Marketing-Praxis) machen einen gewichtigen Teil des Seminars aus.

Während des eintägigen Seminars besteht für alle Teilnehmer/-innen die Option, digitale Marketing-Strategien und digitale Marketing-Maßnahmen aus dem eigenen Unternehmen einzubringen und gemeinsam mit dem Trainer und den Kollegen/-innen zu hinterfragen.