



u.a. Anja Beckmann, Manuel Koelman, Ira Reckenthäler, Jan Schneider, Uwe Wache (→ S. 6/7)

31. Mai – 2. Juni 2012 | Düsseldorf - Novotel City West | Preis: 900 Euro zzgl. MwSt.
 29. November – 1. Dezember 2012 | Düsseldorf - Courtyard by Marriott Seestern | Preis: 900 Euro zzgl. MwSt.
 Teilnehmerzahl: 6 – 16

Seminar

OK

Dieses Seminar ist Teil des Intensivkurses „Social Media“ und einzeln buchbar.

Weitere Informationen → S. 26

Dieses Seminar geht gezielt auf die effiziente Nutzung von Social Media in der internen und externen Unternehmenskommunikation ein. Es wird vermittelt, wie Sie Netzwerke, Newsrooms oder das Intranet rechtlich abgesichert und auf die Unternehmensreputation bedacht nutzen und wie Sie den verschiedenen Zielgruppen relevante Themen kommunizieren. Die Trainer verraten Ihnen, welche Chancen und Risiken die Nutzung von Social Media bergen und welche Anforderungen diese an die Unternehmenskommunikation, insbesondere in Krisensituationen, stellen.

Methodik

Das Seminar verknüpft eine kompakte und intensive Wissensvermittlung mit praktischen Fallbeispielen in Gruppenarbeiten (z.B. Durchspielen von Krisenszenarien). Neben theoretischen Grundlagen geben unsere Trainer Proxistipps.

Zielgruppe

Vornehmlich Verantwortliche und Mitarbeiter aus der Unternehmenskommunikation, der PR und dem Marketing, Pressesprecher und Markenverantwortliche, Vertrieb und Human Resources, Projektverantwortliche Internet und Intranet, PR-Agenturen, Mitarbeiter aus NGOs, Verbänden und Institutionen der öffentlichen Hand, die sich mit dem Thema Social Media auseinandersetzen.

Inhalte (Themenauswahl)

- 1. Tag (Donnerstag): 10:00 – 18:00 Uhr
- 2. Tag (Freitag): 9:00 – 17:00 Uhr
- 3. Tag (Samstag): 9:00 – 16:00 Uhr

Social Media in der Unternehmenskommunikation

- Content mit Mehrwert für Social Media generieren
- Themenmanagement über Social Media-Plattformen
- Markenführung im Social Web
- Definierung von Zuständigkeiten
- Wie verhält man sich richtig im Social Web?

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit 2.0

- Social Media-Plattformen für die online-PR
- Influencer-Relations online gestalten
- Verknüpfung von klassischer und online-PR
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Social Media Marketing

Social Media in der Internen Kommunikation

- Passt Social Media in meine Unternehmenskultur?
- Welche Tools passen zum Einsatz in der IK
- Einbindung von Mitarbeitern als Markenfürsprecher (z.B. durch Mitarbeiterblogs)
- soziales Intranet
- Social Media als internes Wissenstools (Wikis), Wissensmanagement, Enterprise 2.0

Rechtliche Aspekte

- Gesetzliche Rahmenbedingungen, Verantwortlichkeit, Haftung
- Persönlichkeitsschutz, Urheberrechte

Social Media im Bereich HR

- Employer Branding im Web 2.0
- E-Recruiting und Social Media

Krisenkommunikation im Social Web

- Strategien zur Prävention und dem Umgang mit Krisen im Social Web
- Gruppenarbeit an Krisencases

Lernziel

Sie erhalten einen umfassenden Überblick über die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von Social Media für die Unternehmenskommunikation. Sie lernen, wie Ihnen ein Kommunikationsmix aus klassischer Pressarbeit und Social Media gelingt. Sie erfahren, welche rechtlichen Aspekte es im Umgang mit Social Media zu beachten gilt und erhalten nützliche Tipps zum kommunikativen Umgang mit Krisensituationen bzw. wie sich Krisen im Social Web abwenden lassen.



Teilnehmerstimme:

„Thema breit aber auch in der Tiefe abgedeckt, viele konkrete Antworten auf die brennenden Fragen. Klasse!“

Dr. Angela Hönig, web AG

