



Mirko Lange (→ S. 6)

Das Social Web verändert die Mechanismen der Meinungsbildung und definiert neue Spielregeln für die Kommunikation. Bisher stellen sich erst wenige deutsche Unternehmen der neuen Herausforderung und kommunizieren aktiv über Social Media. Die meisten zögern, durchaus zu Recht, weil ihnen nicht klar ist, welchen konkreten Nutzen Social Media in ihrer täglichen Arbeit haben. Dieses Seminar soll einen realistischen Blick auf die Chancen und Risiken von Corporate Social Media ermöglichen und mit einer ganzen Reihe von Vorurteilen aufräumen – sowohl positiven wie negativen. Die Teilnehmer werden befähigt, für sich und ihr Unternehmen eine klare Position zu „Social Media“ einzunehmen, und lernen, wie sie Social Media ganz konkret und sinnvoll für ihre Unternehmenskommunikation einsetzen können.

Zielgruppe

Verantwortliche und Mitarbeiter aus der Unternehmenskommunikation sowie von PR-Agenturen mit konkreten Aufgabenstellungen.



Teilnehmerstimme:

„Das richtige Seminar zum „get started“ in Social Media Communication. Es bietet einen guten Überblick über Instrumente und Maßnahmen, aus dem ich das passende für ein mittelständisches Unternehmen raussuchen kann.“

Bettina Scheerbarth, Hahnemühle Fine Art GmbH

Inhalte

Änderungen vorbehalten!

9.00 – 17.00 Uhr, inkl. 2 Pausen á 30 Min. und 1 Pause á 60 Min.

- Wie das Social Web die Meinungsbildung verändert und was das für Unternehmen bedeutet.
- Chancen und Risiken von Social Media: ROI als „Risk of Ignoring“?
- „Ignorieren, beobachten oder aktiv einsteigen“ – die richtige Strategie zum Umgang mit dem Social Web (inklusive Checkliste: Sind Sie bereit für Social Media?)
- „Wenn Social Media die Antwort ist, was war noch gleich die Frage?“ – Strategien zur Einbindung von Social Media in unternehmerische Wertschöpfungsprozesse.
- „Die Disziplinen von Corporate Social Media“: Social Media Relations, Social Media Marketing und Social Media Organisation.
- „So gestalten Sie erfolgreich ein Social Media Relations-Konzept.“ Die wichtigsten Regeln für Social Media in der Unternehmenskommunikation.
- Die wichtigsten Tools für Social Media: Wie Sie ein Blog, Twitter, Facebook usw. konkret richtig einsetzen.



Mirko Lange im Seminar im Juni 2010.

Methodik

Dieser Workshop bietet einen ausgewogenen Wechsel von Theorie und Praxis unter Berücksichtigung individueller Fragestellungen der Teilnehmer. Für jedes Thema gibt es einen Impulsvortrag mit anschließender, gewünscht kritischer Diskussion. Konkrete Fallbeispiele machen best und worst practices deutlich. Zu Beginn des Workshops definieren Sie einen bestimmten Fall (Ihr eigenes Unternehmen oder das eines Kunden), an dem Sie über den gesamten Workshop arbeiten.



Ich melde mich zu folgendem Seminar, Intensivkurs bzw. Tagung an und akzeptiere die AGB*:

Public Relations (PR)	<p>1. Agenda Setting erfolgreich umsetzen</p> <ul style="list-style-type: none"> 12. Mai 2011 Frankfurt Preis: 450 Euro 2. Dezember 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>2. Corporate Social Responsibility</p> <ul style="list-style-type: none"> 20. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 2. Dezember 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>3. Effektive Pressearbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> 19.–20. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 650 Euro 20.–21. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 650 Euro <p>4. Issues Management</p> <ul style="list-style-type: none"> 17. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 14. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>5. Krisen-PR – Kontroversen, Konflikte, Krisen</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.–6. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 850 Euro 14. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>6. PR und Recht</p> <ul style="list-style-type: none"> 15. April 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 11. November 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>7. Professionelle PR-Konzepte</p> <ul style="list-style-type: none"> 6.–7. Juni 2011 Berlin Preis: 910 Euro 21.–22. November 2011 Berlin Preis: 910 Euro <p>8. Reden schreiben</p> <ul style="list-style-type: none"> 13. Mai 2011 Frankfurt Preis: 450 Euro 5. Dezember 2011 Frankfurt Preis: 450 Euro <p>9. Rhetorik im Medieneingang</p> <ul style="list-style-type: none"> 23.–24. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 910 Euro 14. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>10. Schreibtraining für PR-Profis – Journalistisches Schreiben in Unternehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> 11.–12. April 2011 Düsseldorf Preis: 850 Euro 16.–17. Juni 2011 München Preis: 850 Euro 20.–21. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 850 Euro 1.–2. Dezember 2011 München Preis: 850 Euro <p>11. Storytelling</p> <ul style="list-style-type: none"> 19.–20. Mai 2011 München Preis: 850 Euro 17.–18. November 2011 München Preis: 850 Euro <p>12. Vertriebsunterstützende PR</p> <ul style="list-style-type: none"> 20. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 11. November 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 	Interne Kommunikation (IK)	<p>1. Den Change-Prozess erfolgreich treiben</p> <ul style="list-style-type: none"> 27. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>2. Employer Branding</p> <ul style="list-style-type: none"> 27. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>3. Interne Kommunikation im Überblick: Grundlagen, Strategien und Konzepte (1. Modul)</p> <ul style="list-style-type: none"> 17.–19. März 2011 Düsseldorf Preis: 890 Euro 6.–8. Oktober 2011 Frankfurt Preis: 890 Euro <p>4. Interne Kommunikationsinstrumente (2. Modul)</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.–9. April 2011 Düsseldorf Preis: 890 Euro 3.–5. November 2011 Frankfurt Preis: 890 Euro <p>5. Intranet und Social Media in der Internen Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 27. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 25. November 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>6. Schnittstellen und Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation (3. Modul)</p> <ul style="list-style-type: none"> 19.–21. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 890 Euro 1.–3. Dezember 2011 Frankfurt Preis: 890 Euro 	Intensivkurs Interne Kommunikation	<p>Intensivkurs Interne Kommunikation</p> <p>Modul I: Interne Kommunikation im Überblick: Grundlagen, Strategien und Konzepte</p> <ul style="list-style-type: none"> 17.–19. März 2011 Düsseldorf Preis: 890 Euro 6.–8. Oktober 2011 Frankfurt Preis: 890 Euro <p>Modul II: Interne Kommunikationsinstrumente</p> <ul style="list-style-type: none"> 7.–9. April 2011 Düsseldorf Preis: 890 Euro 3.–5. November 2011 Frankfurt Preis: 890 Euro <p>Modul III: Schnittstellen und Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 19.–21. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 890 Euro 1.–3. Dezember 2011 Frankfurt Preis: 890 Euro <p>Gesamter Intensivkurs (Modul I - III)</p> <ul style="list-style-type: none"> Düsseldorf 2.100 Euro Frankfurt/Main 2.100 Euro <p>> Preisübersicht Intensivkurs:</p> <ul style="list-style-type: none"> 3 Module = 2.100 Euro 2 Module = 1.590 Euro 1 Modul = 890 Euro
Onlinekommunikation (OK)	<p>1. Corporate Media 2.0: Wie das Internet die Unternehmenskommunikation verändert</p> <ul style="list-style-type: none"> 17. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 25. November 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>2. Grundlagen und Strategien der Social Media (1. Modul)</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.–7. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro 6.–8. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro <p>3. PR und Social Media – den Hype auf den Boden der Praxis bringen</p> <ul style="list-style-type: none"> 17. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>4. Schreiben für Onlinemedien</p> <ul style="list-style-type: none"> 20. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 2. Dezember 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro <p>5. Social Media in der Praxis und die optimale Nutzung (2. Modul)</p> <ul style="list-style-type: none"> 16.–18. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro 10.–12. November 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro <p>6. Wie generiere ich Content für Social Media? Von der Strategie zur Praxis</p> <ul style="list-style-type: none"> 17. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 25. November 2011 Düsseldorf Preis: 450 Euro 	Intensivkurs Social Media	<p>Modul I: Grundlagen und Strategien der Social Media</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.–7. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro 6.–8. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro <p>Modul II: Social Media in der Praxis und die optimale Nutzung</p> <ul style="list-style-type: none"> 16.–18. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro 10.–12. November 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro <p>Gesamter Intensivkurs (Modul I - II)</p> <ul style="list-style-type: none"> Düsseldorf 2011 1.600 Euro 		
K2-Tagungen	<p>Interne Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 26. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 690 Euro <p>Krisenkommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 13. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 690 Euro <p>Onlinekommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> 16. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 690 Euro 	Intensivkurs Social Media	<p>Modul I: Grundlagen und Strategien der Social Media</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.–7. Mai 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro 6.–8. Oktober 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro <p>Modul II: Social Media in der Praxis und die optimale Nutzung</p> <ul style="list-style-type: none"> 16.–18. Juni 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro 10.–12. November 2011 Düsseldorf Preis: 900 Euro <p>Gesamter Intensivkurs (Modul I - II)</p> <ul style="list-style-type: none"> Düsseldorf 2011 1.600 Euro 		

*Ab der 3. Buchung innerhalb eines Kalenderjahres gewähren wir diesem Teilnehmer einen 15%igen Rabatt.

* Hinweis: Alle Veranstaltungpreise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer. Rabatte für Frühbücher und Mitglieder ausgewählter Fachverbände finden Sie in den AGB → S. 40.

Ich bestelle das Buch/die Bücher:

Bücher	<input type="checkbox"/> Sprich mit mir 24,90 Euro Anzahl: ____	<input type="checkbox"/> Instrumente und Techniken der Internen Kommunikation 29,90 Euro Anzahl: ____	<input type="checkbox"/> Trendmonitor Interne Kommunikation 95,00 Euro Anzahl: ____
	<input type="checkbox"/> Führungskommunikation, Dialoge 39,90 Euro Anzahl: ____	<input type="checkbox"/> The Race – Change Management mit dem ChangeModeler 29,90 Euro Anzahl: ____	<input type="checkbox"/> Social Media in der Unternehmenskommunikation 29,90 Euro Anzahl: ____
	<input type="checkbox"/> Souveräne Markenführung 24,90 Euro Anzahl: ____	<input type="checkbox"/> Interne Kommunikation – Die Kraft entsteht im Maschinenraum 26,90 Euro Anzahl: ____	Bei Bestellung eines Buches fallen zusätzlich 2,95 EUR für Verpackung und Versand an. Sie erhalten eine Buchungsbestätigung und eine Rechnung.

Ihre Daten

Name | Vorname _____

Titel _____

Firma | Institution _____

Funktion | Abteilung _____

Straße | Postfach _____

PLZ | Ort _____

Telefon | Telefax | E-Mail _____

Ort | Datum | Unterschrift _____

Abweichende Rechnungsadresse

Name | Vorname _____

Titel _____

Firma | Institution _____

Funktion | Abteilung _____

Straße | Postfach _____

PLZ | Ort _____

Ort | Datum | Unterschrift _____