PRAXISTAGE

CONTENT MARKETING

26./27. November 2019
Düsseldorf

[SCM] School for Communication and Management

Deshalb sollten Sie die Praxistage Content Marketing nicht verpassen:

Erfahrene Referent*innen geben Ihnen Einblicke in verschiedene Aspekte des Content Marketing. Sie erweitern Ihr Wissen rund um Strategien, Prozesse und Tools. Praxisbeispiele zeigen, wie Content Marketing strategisch, nachhaltig und wertschöpfend in Unternehmen verankert wird.

Sie treffen auf Mitarbeiter*innen aus den verschiedensten Branchen, die Content Marketing in ihrem Unternehmen erfolgreich umsetzen möchten. In diesem Rahmen können Sie Ihr fachliches Netzwerk erweitern und die eigene Arbeit und Planung zusammen mit den Teilnehmer*innen diskutieren und reflektieren. Für einen angenehmen Austausch ist die Teilnehmerzahl auf 60 Personen begrenzt.

Anhand von Keynotes und Best Cases vermitteln Expert*innen renommierter Unternehmen und Agenturen wertvolles Praxiswissen und geben Einblicke in ihre Arbeit. In Workshops werden verschiedene Themen vertieft und durch praktische Übungen veranschaulicht. Damit Sie Ihre persönlichen Schwerpunktthemen vertiefen können, haben Sie bei jeder Workshop-Session die Auswahl zwischen zwei Themen.

Wunderbar organisiertes Seminar mit vielen Praxisbeispielen und anschaulich gestaltetem Inhalt. Dies in Verbindung mit lockerer, lustiger Atmosphäre hinterlässt ein absolut positives Bild.

Lutzi Engelfried-Hornek, Dellian Consulting

Tag 01

Dienstag, 26. November 2019

9:00 – 9:45 Uhr
KEYNOTE

Content Marketing - Chancen und Herausforderungen von starken Marken

Verena Kliefoth (VISA Central Europe)

9:45 – 10:30 Uhr
BEST CASE

Erfolgsmenü Thermomix® - ganz besonders, fertig, los!

Vera Feller (Vorwerk Deutschland)

10:30 – 11:00 Uhr Kaffeepause

11:00 – 12:30 Uhr
WORKSHOP-SESSION

Die ??? - und die Content-Marketing-Strategie

Frank Sanders (Palmer Hargreaves)

- Relevanz: Ist der Content für die Zielerreichung relevant?
- Sichtbarkeit: Wird der relevante Content gesehen bzw. gefunden?
- Effizienz: Stehen Output und Outcome in einem sinnvollen Verhältnis zum Input?

Wie Menschen ticken: Der Persona-Workshop

Christian Clawien (fischerAppelt)

- Wie taucht man in Zielgruppen ein?
- Wie entwickelt man Personae richtig?
- Interaktive Erstellung einer Persona

12:30 – 13:30 Uhr Mittagspause

13:30 – 14:15 Uhr
BEST CASE

Wenn Kommunikation fliegen lernt - Wie digitale Tools Content und Prozesse im virtuellen Newsroom strukturieren

Thomas Kötter (Flughafen Düsseldorf)

14:15 – 15:45 Uhr
WORKSHOP-SESSION

Content Marketing & Recht: So geht es richtig

Pia Löffler (Kanzlei Pia Löffler)

- Content: Wann und wie ist Content rechtlich geschützt?
- Content richtig nutzen: Was muss ich beachten, wenn ich fremden Content rechtskonform nutzen will?
- Rechtsfolgen: Was kann passieren, wenn man sich nicht an Regeln hält? Wie verhält man sich richtig, wenn etwas schief läuft?

Online Magazin/Corporate Blog - das Herzstück des Content Marketing

Petra Keller, Dr. Stephan Tiersch (Kresse & Discher)

- Themen richtig strukturieren
- Zielorientiert arbeiten
- Nutzer*innen erreichen
- Abläufe richtig planen
- Erfolge messbar machen

15:45 – 16:15 Uhr Kaffeepause

16:15 – 17:45 Uhr
WORKSHOP-SESSION

Reichweite durch Content Seeding

Fionn Kientzler (suxeedo)

- Das Zusammenspiel von Content Marketing, PR und Seeding
- Erfolgsfaktoren des Content Seeding
- Optimierung und Erfolgsmessung

Adé Influencer-Kampagne, hallo Influencer Relations!

Maria Broberg (strg.)

- Von Youngfluencer*innen bis Fachexpert*innen - das Spielfeld wächst
- Ziele sind das A und O: KPIs und Zielgruppe im Fokus
- Die Kampagne hat ausgedient: Warum wir in Relations setzen sollten
- Mut beweisen: Potenziale neuer Kanäle nutzen

17:45 – 18:15 Uhr
BEST CASE

Wie Content Marketing als Corporate-Change-Projekt abteilungsübergreifend zum Erfolg führt

Michael Harder (comdirect bank)

Tag 02 Mittwoch, 27. November 2019

9:00 – 9:45 Uhr
KEYNOTE

Data-driven User Centricity als Erfolgsmethode am Beispiel der Marke Sparkasse

Ilka Beck (Sparkassen-Finanzportal)

9:45 – 10:30 Uhr
BEST CASE

Kanal-Prinz oder Content-King – Nur einen Kanal zu besetzen reicht nicht aus

Jan Brakebusch (Liebscher & Bracht)

10:30 – 11:00 Uhr Kaffeepause

11:00 – 12:30 Uhr
WORKSHOP-SESSION

Feuerwerk der Ideen - Kreativ-Techniken fürs Schreiben

Sabine Krippl (textwende)

- Feuerwerk der Ideen: Neuer Schwung für Ihre Texte
- Überraschende Headlines und Einstiege: Praxiserprobte Kreativtechniken zum Ausprobieren
- Frische Akzente für Standardthemen: Gewohnte Inhalte neu betrachtet

Content Marketing - Kreativität erleben

Sabine Hell, Michael Schulz (TERRITORY)

- Welche Kreativtechniken gibt es? Eine Auswahl
- Lernen am konkreten Praxisbeispiel
- Exklusive Einblicke in die Arbeit einer führenden Content-Marketing-Agentur

12:30 – 13:30 Uhr Mittagspause

13:30 – 15:00 Uhr
WORKSHOP-SESSION

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Philip Weichert (Performics)

- Wie funktionieren Suchmaschinen?
- Was unterscheidet SEO von anderen Online-Marketing-Disziplinen?
- Was kann ich tun, um meine Webseite in der Suchmaschine besser zu platzieren?
- Wo besteht der Zusammenhang zwischen SEO und Content Marketing?

Measure, learn and adapt - Erfolgsmessung im Content Marketing

Lydia Flügel (Claneo)

- Wie Sie den Erfolg Ihrer Content-Marketing-Maßnahmen messen können
- Welche KPIs zur Erfolgsmessung herangezogen werden können
- Prozesse zur Qualitätssicherung

15:00 – 15:30 Uhr Kaffeepause

15.30 – 17:00 Uhr
WORKSHOP-SESSION

Making user cry doesn't sell your product - Wie man emotionalen und dabei sinnstiftenden Content entwickelt

Ulrike Stemmer (SinnerSchrader)

- Herangehensweisen und Erfolgsfaktoren für den Aufbau nutzerzentrierter und emotionaler Content-Welten
- Perspektivwechsel in Nutzerbedürfnisse, Kontext und Vorstellungen
- Kollaborative Ideenentwicklung

Digitales Lagerfeuer: Storytelling im Content Marketing

Carsten Rossi (Kammann Rossi)

- Warum das Erzählen von Geschichten die beste Taktik ist
- Neurowissenschaftliche Faktoren
- Die Struktur einer guten Story

Referent*innen

Carsten Rossi
(Kammann Rossi)

Maria Broberg
(strg.)

Lydia Flügel
(Claneo)

Christian Clawien
(fischerAppelt)

Frank Sanders
(Palmer Hargreaves)

Fionn Kientzler
(suxeedo)

Sabine Krippl
(textwende)

Verena Kliefoth
(VISA Central Europe)

Michael Schulz
(TERRITORY)

Pia Löffler
(Kanzlei Pia Löffler)

Petra Keller
(Kresse & Discher)

Vera Feller
(Vorwerk Deutschland)

Philip Weichert
(Performics)

Sabine Hell
(TERRITORY)

Ulrike Stemmer
(SinnerSchrader)

Thomas Kötter
Flughafen Düsseldorf

Dr. Stephan Tiersch
(Kresse & Discher)

Jan Brakebusch
(Liebscher & Bracht)

Michael Harder
(comdirect bank)

Ilka Beck
(Sparkassen-Finanzportal)

Weitere Informationen zu den Inhalten der Vorträge und Workshops erhalten Sie unter: scmonline.de/pt-content-marketing

Anmeldung

PRAXISTAGE CONTENT MARKETING
26./27. November 2019, Düsseldorf

Zu folgenden Konditionen können Sie sich zu den Praxistagen CONTENT MARKETING anmelden:

FRÜHBUCHERPREIS	bis zum 15. Oktober	für einen Tag: 475 €	für zwei Tage: 890 €
PREIS BEI ANMELDUNG	ab 16. Oktober	für einen Tag: 525 €	für zwei Tage: 990 €
VOLLPREIS	ab 6. November	für einen Tag: 575 €	für zwei Tage: 1.090 €

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.
Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter: scmonline.de/agb

ANMELDUNG UNTER:

SCMONLINE.DE/PT-CONTENT-MARKETING

INFO@SCMONLINE.DE

FAX: +49 30 479 89 800

IHRE ANSPRECHPARTNERIN
Veranstaltungskoordination
Désirée Böhm
T: +49 (0) 30 479 89 789
F: +49 (0) 30 479 89 800
desiree.boehm@scmonline.de

VERANSTALTUNGSORT
Lindner Hotel Airport
Unterrather Str. 108
40468 Düsseldorf

VERANSTALTER
[SCM] School for Communication and Management

SCM – School for
Communication and Management
Lehmbruckstraße 24
10245 Berlin

info@scmonline.de
www.scmonline.de
www.scm-praxistage.de

UNSERE PARTNER: PR Journal