

Sem. 15-13 Köln /// 30.04.15 (10:00 - 17:00 Uhr)

THEMA



Seit den frühen 2000ern hat sich die digitale Kommunikation von Grund auf verändert. Netzwerke wie Facebook, YouTube und Twitter bestimmen unseren Kommunikationsalltag mittlerweile stärker als die klassischen Medien - eine Herausforderung für alle, die sich und ihre Arbeit kommunikativ präsentieren und positionieren möchten. Doch wo soll man anfangen, wenn man gerade erst beginnt? Und wie findet man wieder auf die Spur, wenn man sich auf der Suche nach Fans und Followern im Tagesgeschäft aus Statusmeldungen und permanentem Dialog verloren hat? Die Frage nach der Notwendigkeit eines Accounts stellt sich nicht mehr. Die Frage muss eher lauten, wie man mit den Auftritten im Social Web umgeht und welche Ressourcen investiert werden können und sollen.

Um eine nachhaltige wie auch strategisch sinnvolle Handhabe zu entwickeln, müssen nicht nur die Bedürfnisse der Nutzer und die gewünschten Ziele berücksichtigt werden, sondern auch die Eigenheiten der verschiedenen Angebote. In der Umsetzung stellen sich dann nicht mehr nur Fragen wie 'Welche Services können wir nutzen und kombinieren, um zielgruppengerechte Lösungen zu entwickeln?' oder 'Wer darf alles kommunizieren?', sondern auch, ob sich Dialoge steuern lassen und woran man den (messbaren) Erfolg eines Auftritts festmacht. Diese und weitere Fragen diskutieren wir mit Ihnen in diesem Seminar.

INHALT

- Social Media Strategien und Konzepte zielgerichtet gestalten und umsetzen
- Social Media-Mix: Instrumente einsetzen, kombinieren und integrieren
- Kennzahlen: Social Media Aktivitäten analysieren und bewerten
- Individuelle Fragestellungen: Was beschäftigt Sie im Umgang mit den sozialen -Medien?

NUTZEN

- Sie entwickeln eine nachhaltige Strategie für Ihren Social-Media Auftritt und können diesen bewerten und weiterentwickeln.
- Sie profitieren vom Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen und haben die Möglichkeit, individuelle Fragestellungen einzubringen.

ZIELGRUPPE

- Mitarbeiter(innen) unserer Mitgliedsverbände, die mit Kommunikation in sozialen Netzwerken betraut sind

REFERENT LEITUNG

- Daniel Rehn, Digital Trend Scout und Berater bei Kommunikationsagentur achtung!
Sandra Werner, Führungs-Akademie DOSB

ORT

Führungs-Akademie des DOSB, Köln

KOSTEN

Mitglieder 105 € /// Nicht-Mitglieder 160 € *[inkl. Materialien und Verpflegung]

ANMELDUNG

Fax: 0221 / 221 220 14; E-Mail: anmeldung@fuehrungs-akademie.de

SEMINARANMELDUNG

anmeldung@fuehrungs-akademie.de /// Fax: 0221 / 221 220 14

SEMINAR		SEMINARNUMMER
NAME / VORNAME		
VERBAND / VEREIN		
FUNKTION IN VERBAND / VEREIN		
ADRESSE	Straße:	<input type="checkbox"/> Privat <input type="checkbox"/> Dienst
	PLZ:	Ort:
RECHNUNGSADRESSE (falls abweichend von oben genannter Adresse)	Straße:	<input type="checkbox"/> Privat <input type="checkbox"/> Dienst
	PLZ:	Ort:
TELEFON / FAX	Dienst:	Fax:
	Privat:	Mobil:
E-MAIL		<input type="checkbox"/> Privat <input type="checkbox"/> Dienst
HOTELWUNSCH	<p>Mit der Anmeldebestätigung erhalten Sie von uns ein spezielles Buchungsformular des von Ihnen ausgewählten Hotels zur direkten Reservierung. Preise zzgl. 5% Kulturförderabgabe.</p> <p>IBIS Messe/Deutz (64 €)* Radisson Blu (95 €)* ohne</p> <p>*Sonderkonditionen der Führungs-Akademie für EZ inkl. Frühstück pro Nacht gemäß Verfügbarkeit</p>	
NEWSLETTER	Bitte informieren Sie mich (weiterhin) mit dem zweimonatlich herausgegebenen Newsletter über aktuelle Seminare und Aktivitäten der Führungs-Akademie.	ja nein
SEMINARBEDINGUNG	Die Seminarbedingungen erkenne ich an	
GEWÜNSCHTER AUSSCHLUSS VOM VERSAND DER TEILNEHMERLISTE	Die Teilnehmerliste wird vor Beginn der Veranstaltung zur Information an die anderen Seminarteilnehmer(innen) per E-Mail versendet. [Angaben: Name, Vorname, Titel, Institution, E-Mail-Adresse]. Wenn Sie damit <u>nicht</u> einverstanden sind, dann bitte hier kennzeichnen: Bitte nehmen Sie meinen Namen aus der an die Teilnehmer (innen) des Seminars im Vorfeld versendete Teilnehmerliste heraus.	
ORT, DATUM		
UNTERSCHRIFT¹		

¹ Eingetippter Name gilt als Unterschrift