

## Strategisches Marketing in Zeiten von Social Media & Co.

Social Media und Co. sind aktuelle Trendthemen und bieten Unternehmen vielfältige Möglichkeiten, mit ihren Zielgruppen in unmittelbarem Dialog und Interaktion zu treten und die Online-Reputation des Unternehmens zu verbessern. Damit bieten Soziale Medien enormes Potenzial, Betriebe bei ihren Unternehmensaufgaben (z. B. im Bereich Marketing/Vertrieb, Kundenbindung, Gewinnung von neuen Mitarbeitern, Azubis) zu unterstützen und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Die passgenaue Einbindung von Social Media in die Unternehmenskommunikation stellt aber viele kleine und mittlere Betriebe in Hinblick auf knappe personelle und finanzielle Ressourcen, aber auch aufgrund der rasanten technischen Entwicklung vor große Herausforderungen.

Hier setzt das ESF-geförderte Fortbildungsangebot an: Der Lehrgang befähigt Sie, geeignete Social Media Maßnahmen in Ihrem Betrieb einzuführen, bzw. bereits bestehende Social Media Aktivitäten auszubauen und zu optimieren.

Der Lehrgang wird durchgeführt in Kooperation mit der Industrie- und Handelskammer Kassel-Marburg.

**IHK** ■ Die Weiterbildung

## Social Media Marketing

### Projektdurchführung

# BUPNET

Bildung und Projekt Netzwerk GmbH

in Kooperation mit dem



Landkreis Kassel

### Beratung & Anmeldung

BUPNET - Bildung und Projekt Netzwerk GmbH  
Am Leinekanal 4, 37073 Göttingen

Ansprechpartnerin:  
Beate Böcker  
Tel.: 0551 54707-0  
E-Mail: sms@bupnet.de

Das Projekt wird gefördert aus Mitteln des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung und der Europäischen Union – Europäischer Sozialfonds.

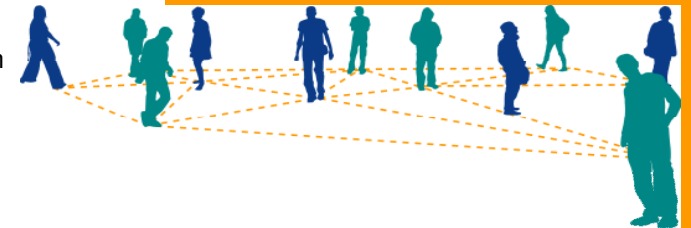


**Q**ualifizierungsoffensive  
des hessischen Wirtschaftsministeriums  
■■■ Programme zur beruflichen Bildung

# BUPNET

## Social Media Marketing

im  
Dienstleistungssektor



ESF-geförderter Lehrgang

- berufsbegleitend -

[www.sms.bupnet.de](http://www.sms.bupnet.de)

## Zielgruppe

Die Fortbildung richtet sich an interessierte hessische Betriebe und ihre Beschäftigten aus dem Dienstleistungsbereich.

## Dauer/Umfang/Ort

Berufsbegleitend (Oktober 2013 bis Februar 2014): 88 Seminarstunden ergänzt durch vertiefendes E-Learning und die schrittweise Anwendung des neu erworbenen Wissens für die jeweilige betriebliche Praxis (lehrgangsbegleitende Projektarbeit/Beratung).

Seminarzeiten: 09:00-17:00 Uhr (Do/Fr)

Veranstaltungsort: Kassel

## Teilnahmevoraussetzungen

Der Lehrgang wird im Rahmen des ESF-geförderten Projekts „SMS – Kompetenzen für das Strategische Marketing nordhessischer KMU in Zeiten von Social Media und Co.“ angeboten. Durch das Projekt soll die Wettbewerbsfähigkeit von kleinen und mittleren Betrieben und ihren Beschäftigten gestärkt werden. Die Förderrichtlinien sehen vor, dass die Teilnehmenden bei einem kleinen oder mittelständischen Betrieb mit einer Betriebsstätte in Hessen beschäftigt sind. Von den Arbeitgebern wird erwartet, dass sie ihre Beschäftigten für die Zeit der Lehrgangsstunden von der Arbeit freistellen. Es wird keine Teilnahmegebühr erhoben.

## Abschluss

Die Teilnehmenden erhalten ein Zertifikat der BUPNET GmbH (bei Belegung aller Module und Erstellung einer Projektarbeit) oder eine Teilnahmebescheinigung (bei Belegung einzelner Module). Zusätzlich wird eine externe Zertifizierung durch die IHK Kassel-Marburg angeboten (optional, zusätzliche Kosten: 150 € zzgl. USt.).

## Fortbildungsinhalte

### Modul I: 31.10/01.11.2013

#### Social Media – Chancen und Potenziale für KMU

##### Einsatzmöglichkeiten von Social Media

- Nutzung von Social Media in unterschiedlichen Unternehmensbereichen: Marketing, PR, Sales, HR sowie interner Kommunikation (z. B. Enterprise 2.0)
- Einführung in die sozialen Medien und praktische Beispiele aus dem Dienstleistungssektor
- Chancen und Risiken von Social Media

##### Grundlegende Mechanismen Sozialer Medien

- Viral Marketing
- Crowdsourcing, Gamification und Wettbewerbe

##### Einbindung von Social Media in den Marketing-Mix

- Grundlagen Marketing/Online-Marketing
- Kundengewinnung und -bindung durch Dialog

##### Planung einer Social Media Strategie

- Bestandsaufnahme, Definition von Zielen/Zielgruppen
- Festlegen von Inhalten, Medien-Mix und Evaluation

### Modul II: 21./22.11.2013

#### Rahmenbedingungen & Kosten-Nutzen-Aspekte

##### Recht & Datenschutz

- Rechtliche Rahmenbedingungen (Urheberrecht, Wettbewerbsrecht, Impressumspflicht, AGB, Nutzungsbestimmungen, Datenschutzrecht u. a.)
- Rechtliche Fallstricke und Vermeidung von Abmahnungen

##### Voraussetzungen im Betrieb

- Technische, personelle und konzeptionelle Voraussetzungen
- Einbindung von Mitarbeitenden (Guidelines)
- Aufgaben des Social Media Beauftragten/Managers

##### Kosten-Nutzen-Aspekte

- Ermittlung des Nutzens/Mehrwerts für den Betrieb
- Kosten von Social Media (Personal, Technik/Software, Einsatz externer Dienstleister etc.)
- Messung des Erfolgs von Social Media

### Modul III: 12./13.12.2013

#### Praktischer Umgang – SEO und Monitoring

##### Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- Verbesserung der Auffindbarkeit (Ranking) in Suchmaschinen

- OnPage-Optimierung (technische Standards, Tipps für die Erstellung von Content)
- OffPage-Optimierung (externe Verlinkung, Linkpartner und Linkmanagement)
- Bedeutung von Social Media für das Ranking

##### Öffentlichkeitsarbeit im Web

- Online-PR als Bestandteil der Unternehmenskommunikation
- Einbindung von Multiplikatoren im Web 2.0
- Multimediale Informationsaufbereitung – die Social Media Release (Pressemitteilung 2.0)

##### Steuerung, Evaluation und Monitoring

- Erfolgskontrolle anhand von Kennzahlen
- Einsatz von Monitoring-Tools (Google Analytics, Facebook Monitoring u. a.)
- Risiko- und Krisenmanagement (z. B. Umgang mit Beschwerden, Shitstorms)

### Modul IV: 15.-17.01.2014

#### Praktischer Umgang mit Sozialen Medien

##### Wie funktionieren Soziale Medien?

- Einrichten von Profilen auf verschiedenen Plattformen (Facebook, Xing, Google+, Qype, Youtube u.a.)
- Erstellen und Gestalten von Unternehmensseiten
- Möglichkeiten der Interaktion
- Einsatz von Social Media Plugins
- Werbemöglichkeiten in den Sozialen Medien (am Beispiel Kampagnen-Management auf Facebook)
- Erstellen von QR-Codes
- Integration und Vernetzung verschiedener Dienste

##### Erstellen von Inhalten für Soziale Medien

- Grundlagen für die Kommunikation im Netz: Dialog statt Monolog, Beobachten & Zuhören
- Zielgruppengerechte Texten für verschiedene Medien, wie z. B. Facebook, Blog, Twitter
- Verwenden von Bildern, Videos, Podcasts im Web (rechtliche und technische Voraussetzungen)
- Contenterstellung mit dem Smartphone

### Modul V: 06./07.02.2014

#### Betriebliche Umsetzung – Projektarbeit

##### Workshop zu den betrieblichen Vorhaben

- Fertigstellen der betrieblichen Projekte
- Praxisaustausch & Beratung

##### Abschlussveranstaltung – Präsentation der Projekte