

Social Media Manager/in IHK

Seminarkonzeption

- Entstehung und Entwicklung von Social Media
- Die Rolle des Social Media Manager im Unternehmen
- Ziele und Strategien für den Einsatz sozialer Medien
- Auswahl und Einführung der Social-Media-Kanäle für ein Unternehmen
- Social Intranet im Unternehmen
- Regeln für Mitarbeiter: Social Media Guidelines erstellen
- Corporate Blogging und Social Media Newsroom
- Regionale und internationale Kundenbindung durch Microblogging mit Twitter
- Unternehmensrelevante soziale Netzwerke (Facebook, Google+, XING u.a.)
- Instrumente des Social Sharing (Video- und Fotoportale, Podcasts u.a.)
- Social Media Monitoring – das Unternehmen im Internet
- Online Reputation Management – die digitale Identität kontrollieren
- Steigerung von Online-Umsätzen durch Social Commerce
- Mobile Social Web als Wettbewerbsvorteil
- Generierung neuer Projekte durch Crowdsourcing
- Rechtliche Aspekte beim Einsatz von Social Media
- Durchführung eines Social Media Projektes
- Prüfung und Projektpräsentation

Dauer

160 Unterrichtsstunden

Zielgruppe

- Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing, Vertrieb, PR, Projektmanagement, Recht, IT und Personalwesen