WALTERS
TRAININGSZENTRUM

Social Media Marketing

Fact Sheet, Produktdatenblatt
und Schulungsinhalte

Walters Trainingszentrum
Dr. Hösch GmbH
Unterweißenbach 174, 8330 Feldbach

info@walters-traning.at
www.walters-training.at

Social Media Marketing

Fact Sheet

Seminar

Die Dauer für den Kurs „Social Media Marketing“ beträgt 1 Jahr und beinhaltet 1.040 Stunden (20 Stunden je Woche). Dem Kurs liegt ein strukturierter Schulungsplan zu Grunde.

Schwerpunkt

Im Kurs „Social Media Marketing“ erwartet Sie eine spannende Schulung, in der Sie die Grundlagen des Online- und Social-Media-Marketings erlernen und praktische Werkzeuge zur Anwendung erhalten. Sie werden Strategien entdecken, um Ihre Präsenz in den sozialen Medien zu stärken und Ihre Marke erfolgreich zu etablieren. Zudem werden Sie befähigt, Ihre eigene Markenidentität zu schaffen, eine effektive Content-Strategie zu entwickeln und nützliche Tools anzuwenden.

Zahlreiche Kursbereiche

Es liegen zahlreiche Kursbereiche über die unterschiedlichen Themengebieten, Lernniveaustufen und Wissensbereiche auf der eLearning Plattform bereit.

250+ Module

Der gesamte Wissensinhalt ist in einzelne Lernblöcke aus über 250 Module gegliedert. Jedes Modul beinhaltet einen adäquaten Wissensumfang, der in verständlicher Form aufbereitet ist.

Wie funktioniert die Weiterbildung?

Etwa eine Woche vor Kursbeginn erhalten Sie Ihre Zugangsdaten zur Walters eLearning Plattform und App. Dort stehen alle Lerninhalte, Module und Live-Einheiten mit unseren Trainer:innen bereit. Sie nehmen wöchentlich rund 5 Stunden an betreuten Vorlesungs- und Übungseinheiten teil – vor Ort in Feldbach oder online per Live-Stream. Darüber hinaus lernen Sie flexibel im Selbststudium – wann und wie lange Sie möchten. Auf Wunsch können Sie auch die Schulungsräume in Feldbach während der Geschäftszeiten nutzen.

Social Media Marketing

Produktdatenblatt

Kursinhalt

Marketing: Erlernen Sie die Prinzipien des Marketings, Online-Marketings und Social-Media-Marketings und die Anwendung der benötigten Werkzeuge

Social Media im Unternehmen: Erfahren Sie, wie Sie Ihre Reichweite in den sozialen Medien steigern und Ihre Marke zum Erfolg führen können

Marketing-Strategien: Sie erhalten ein Portfolio unterschiedlicher Marketing-Strategien und lernen diese gezielt einzusehen

Content Planung: Sie werden befähigt, eine strategische Content-Planung zu entwickeln, um Ihre Botschaften gezielt und wirkungsvoll zu kommunizieren

Plattformen- & Zielgruppenanalyse: Lernen Sie, wie Sie die richtigen digitalen Kanäle identifizieren und Ihre Inhalte gezielt auf Ihre Zielgruppen zuschneiden

Marketing-Trends: Erfahren Sie aktuelle Trends im Social Media Marketing und lernen Sie, wie Sie in der sich ständig wandelnden digitalen Welt erfolgreich sein können

Kommunikation in Social Media: Trainieren Sie Ihre Fähigkeiten in verbaler Kommunikation und entwickeln Sie ein Bewusstsein für nonverbale Signale

Storytelling: Erlernen Sie, wie Sie Ihre Botschaften in einem fesselnden Stil vermitteln können, der Ihre Zuhörer nach mehr verlangen lässt

Professionelle Inhalte erstellen: Erlernen Sie, wie Sie Inhalte für Social Media mit einfachen Mitteln auf hohem Niveau erstellen können, um rasch Vertrauen aufzubauen und von Anhieb an erfolgreich zu sein

Social Media Tools anwenden: Sie erlernen die grundlegenden und fortgeschrittenen Funktionen von nützlichen Tools, bspw. Canva und Capcut

Rechtliche und ethische Aspekte: Sie werden mit den rechtlichen Rahmenbedingungen und ethischen Leitlinien vertraut, sodass Sie professionell und verantwortungsbewusst handeln können

Kursdauer

1 Jahr mit 1.040 Stunden (20 Stunden je Woche)

Kursformat

Vor-Ort-Kurs in Kombination mit eLearning Kurs:

- → Sie arbeiten die Kursmaterialen auf der eLearning Plattform / App durch
- → 5 Stunden Teilnahme an wöchentlichen Online-Seminaren
- → Zusätzliche persönliche Coaching-Sessions mit den Experten finden nach Vereinbarung statt
- → Die Lernzeiten sind frei gestaltbar
- → Der Kursfortschritt ist auf der eLearning Plattform / App nachzuweisen
- → Wöchentliche Zwischenprüfungen sind zu absolvieren

Kursabschluss

Zertifikat

Wie Sie diese Weiterbildung beruflich verwerten können

Diese umfassende Weiterbildung im Bereich Marketing und Social Media Management bietet Ihnen zahlreiche Möglichkeiten, Ihre erworbenen Fähigkeiten gewinnbringend einzusetzen, **was Sie zu wertvollem Mitglied in jedem Unternehmen macht.**

Durch das fundierte Wissen über Marketingprinzipien und -strategien sind Sie in der Lage, **gezielte Kampagnen zu entwickeln und durchzuführen,** die Ihre Zielgruppen effektiv ansprechen und Ihre Unternehmensziele unterstützen. Die Kenntnisse in Social Media Marketing ermöglichen es Ihnen, **die Online-Präsenz Ihres Unternehmens zu stärken,** die Reichweite zu vergrößern und die Markenbekanntheit zu steigern. Sie können Social Media Plattformen wie Facebook, Instagram und LinkedIn strategisch nutzen, um Inhalte zu verbreiten, Interaktionen zu fördern und **die Community Ihres Unternehmens zu stärken.**

Durch die Fähigkeit zur Analyse von Zielgruppen und Plattformen können Sie Ihre **Marketingstrategien kontinuierlich optimieren** und an die sich **wandelnden Marktbedingungen anpassen.** Das Verständnis für Branding und Content-Planung ermöglicht es Ihnen, eine **kohärente Markenidentität aufzubauen und Inhalte zu erstellen,** die Ihre Botschaften klar und überzeugend vermitteln.

Durch das Beherrschen von Tools wie Canva und Capcut können Sie **hochwertige Inhalte erstellen und Ihre Online-Präsenz optimieren.** Gleichzeitig werden Sie mit den **rechtlichen und ethischen Aspekten vertraut gemacht,** um professionell und verantwortungsbewusst zu handeln. Diese Weiterbildung positioniert Sie als **kompetenten Fachkraft im Bereich Marketing und Social Media, eröffnet Ihnen neue berufliche Möglichkeiten** und trägt dazu bei, Ihre Karriere auf ein neues Level zu heben.

Diese Fähigkeiten sind einerseits im Bereich des Marketings und des Verkaufs und andererseits in nahezu jedem Bereich eines Unternehmens besonders gefragt und steigern Ihre Attraktivität für den aktuellen und potenzielle Arbeitgeber erheblich. Sie können anspruchsvollere Aufgaben im Bereich der digitalen Kommunikation übernehmen, Marketingkampagnen effizient planen und durchführen sowie Ihre Fähigkeiten in der Online-Marketingstrategie weiterentwickeln. Dies qualifiziert Sie nicht nur für Positionen im (Social Media) Marketing, sondern auch für verantwortungsvolle Aufgaben in den Bereichen Public Relations und Unternehmenskommunikation und Pressearbeit. Darüber hinaus erweitern Sie Ihre Einsatzmöglichkeiten in verschiedenen beruflichen Kontexten, indem Sie gezielt Ihre Kenntnisse im Social Media Marketing einbringen können.

Diese Weiterbildung eröffnet Ihnen neue berufliche Perspektiven und ermöglicht es Ihnen, sich als kompetente Fachkraft in einem dynamischen und wachsenden Bereich zu positionieren. Sie können Ihre Karriere vorantreiben, neue Geschäftschancen erschließen und zum Erfolg Ihres Unternehmens maßgeblich beitragen.

Prinzipien und Strategien im Marketing

Marketing Schnellstart

- Definition und Bedeutung von Marketing
- Verständnis der Konzepte und Prinzipien des Marketings
- Differenzierung der Rollen und Funktionen von Marketing und Verkauf
- Verständnis der Beziehung und Zusammenarbeit zwischen Marketing und Verkauf
- Identifikation und Analyse der Hauptaufgaben und Verantwortlichkeiten im Marketing
- Einblick in verschiedene Marketingstrategien und -taktiken

Die Bedeutung von Marketing für Unternehmen

- Verständnis der strategischen Bedeutung von Marketing für den Unternehmenserfolg
- Analyse der Auswirkungen effektiver Marketingstrategien auf die Unternehmensleistung
- Erkennen der Einflussfaktoren sozialer Medien auf das Marketing
- Anpassung traditioneller Marketingstrategien an die digitale Marketinglandschaft
- Untersuchung und Analyse von Marketingstrategien erfolgreicher Unternehmen
- Identifizierung von Best Practices und innovativen Ansätzen im Marketing

Historische Entwicklung von Marketing

- Verständnis der Anfänge und Innovationen im 19. Jahrhundert
- Überblick über die wichtigsten Entwicklungen in der Marketinggeschichte
- Erkennen der evolutionären Schritte und deren Einfluss auf das moderne Marketing
- Untersuchung und Bewertung neuer Technologien und deren Einfluss auf Marketingstrategien
- Analyse der Entwicklungen in verschiedenen Jahrzehnten
- Verständnis der zeitlichen Veränderungen und deren Auswirkungen
- Untersuchung der Rolle sozialer Medien in der Marketingentwicklung
- Bewertung der Integration und Bedeutung im historischen Kontext

Die 4 Ps des Marketing-Mix

- Verständnis der grundlegenden Konzepte und Bedeutung des Marketing-Mix
- Analyse der Interdependenz der 4 Ps im Gesamtmarketing
- Identifikation und Analyse von Produktstrategien
- Untersuchung der Produktentwicklung und -gestaltung
- Verständnis der Produktlebenszyklen und deren Management
- Entwicklung und Bewertung von Preismodellen und -strategien
- Analyse der Preiselastizität und Preispolitik
- Anwendung von Preisstrategien in verschiedenen Marktbedingungen

- Planung und Optimierung von Vertriebswegen und Distributionsstrategien
- Verständnis der Bedeutung der Lieferkette und Logistik im Marketing
- Analyse von Marktkanälen und deren Effizienz
- Gestaltung und Umsetzung von Werbemaßnahmen und Promotionstrategien
- Untersuchung von Kommunikationskanälen und deren Effektivität
- Anwendung von Werbetechniken zur Steigerung der Markenbekanntheit und Verkaufszahlen

Das Alleinstellungsmerkmal im Marketing

- Verständnis der Bedeutung und Vorteile eines Alleinstellungsmerkmals
- Identifikation der einzigartigen Merkmale eines Produkts oder einer Dienstleistung
- Strategien zur Entwicklung eines starken und einzigartigen Markenprofils
- Analyse der Markenidentität und Markenwerte
- Durchführung einer Wettbewerbsanalyse zur Identifizierung von Marktchancen
- Positionierung der Marke im Markt zur Abgrenzung von Mitbewerbern
- Durchführung einer Wettbewerbsanalyse zur Identifizierung von Marktchancen
- Positionierung der Marke im Markt zur Abgrenzung von Mitbewerbern

Zielgruppenanalyse und -segmentierung

- Verständnis der Wichtigkeit und Vorteile einer gründlichen Zielgruppenanalyse
- Identifikation der Bedürfnisse und Präferenzen versch. Zielgruppen
- Erlernen von Methoden zur Erfassung relevanter Daten über Zielgruppen
- Anwendung von Analysetechniken zur Interpretation der Daten
- Entwicklung von detaillierten Profilen typischer Kunden (Buyer Personas)
- Nutzung von Buyer Personas zur zielgerichteten Ansprache und Produktentwicklung
- Kenntnis über verschiedene Segmentierungskriterien und -methoden
- Anwendung von Segmentierungsstrategien zur effektiven Zielgruppenansprache und -bedienung

Wettbewerbsanalyse und Marktforschung

- Verständnis der Wettbewerbsanalyse und Marktforschung
- Bedeutung der Analyseverfahren für Entwicklung von Marketingstrategien
- Identifikation und Klassifizierung von Wettbewerbern im Marktumfeld
- Untersuchung von Wettbewerbern
- Durchführung einer detaillierten Analyse der Wettbewerber hinsichtlich ihrer Produkte, Preise, Vertriebskanäle und Marketingstrategien
- Bewertung der Wettbewerbspositionierungen und Performance
- Erlernen von Methoden und Techniken zur Durchführung von Marktforschung
- Auswertung von Marktdaten zur Identifizierung von Trends, Kundenpräferenzen und Potenzialen

Erfolgsfaktoren im Online-Marketing

Online-Marketing Schnellstart

- Verständnis der Grundkonzepte des Online-Marketings und Unterschied zu traditionellem Marketing
- Bedeutung des Online-Marketing-Funnels für die Online-Strategie
- Verständnis des Marketing-Funnels und seine Phasen
- Entwicklung von Strategien für Awareness, Interest, Desire, Action
- Verschiedene Bereiche und Kanäle des Online-Marketings
- Strategien und Taktiken zur erfolgreichen Umsetzung von Online-Marketingkampagnen

Display Werbung

- Verständnis für die Konzepte und Funktionsweise von Display-Werbung
- Unterschiedliche Formate und Techniken der Display-Werbung
- Bewertung von Display-Werbung
- Kenntnisse über Werbenetzwerke und Plattformen für die Schaltung von Display-Anzeigen erlangen
- Entwicklung Fähigkeiten zur Anwendung von Targeting- und Personalisierungstechniken bei Display Werbung

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- Konzepte und Techniken der Suchmaschinenoptimierung
- Bedeutung von SEO für die Sichtbarkeit und das Ranking einer Website in Suchmaschinenergebnissen
- Praktische Strategien und Taktiken zur Verbesserung des organischen Suchmaschinenrankings
- Rolle von Long-Tail-Keywords, Short-Tail-Keyword, On-Page-Optimierung und Backlinking in SEO verstehen
- Methoden zur Erfolgsmessung und Überwachung der SEO-Performance

E-Mail-Marketing

- Bedeutung von E-Mail-Marketing für die Kundenkommunikation
- Bewährten Strategien und Praktiken im E-Mail-Marketing
- Planung und Umsetzung einer E-Mail-Marketingkampagne
- Gestaltung von ansprechenden E-Mail-Marketing-Inhalten
- Segmentation und Personalisierung von E-Mail-Kampagnen
- Analyse und Interpretation von E-Mail-Marketing-Metriken
- Automatisierung von E-Mail-Marketingprozessen
- Einhaltung rechtlicher Bestimmungen und Datenschutzrichtlinien im E-Mail-Marketing

Content-Marketing

- Definition und Konzepte des Content-Marketings
- Entwicklung Content-Strategien für verschiedene Zielgruppen
- Kriterien zur Erstellung von qualitativ hochwertigem Content für verschiedene Kanäle und Formate
- Verbreitung und Promotion von Content durch geeignete Kanäle und Plattformen
- Analyse und Bewertung der Performance von Content-Marketingaktivitäten

- Integration von SEO-Prinzipien und Keyword-Strategien in Content-Marketing-Kampagnen
- Einhaltung von Best Practices und rechtlichen Richtlinien im Content-Marketing

Affiliate-Marketing

- Konzepte und Funktionsweise von Affiliate-Marketing
- Identifikation potenzieller Partner und Publisher für Affiliate-Partnerschaften
- Entwicklung von effektiven Affiliate-Marketingstrategien zur Umsatzsteigerung
- Implementierung von Affiliate-Tracking-Systemen zur Überwachung von Verkäufen und Provisionen
- Bewertung und Auswahl geeigneter Affiliate-Netzwerke und Plattformen
- Überwachung und Optimierung von Affiliate-Marketing-Kampagnen zur Maximierung des ROIS
- Einhaltung von rechtlichen Vorschriften und Best Practices im Affiliate-Marketing

Social Media Marketing

- Konzepte und Funktionsweise von Social Media Marketing
- Identifikation relevanter Social-Media-Plattformen für verschiedene Zielgruppen und Branchen
- Entwicklung einer zielgerichteten Social-Media-Strategie zur Steigerung der Markenbekanntheit und des Engagements
- Erstellung ansprechender Inhalte für Social-Media-Plattformen
- Implementierung von Social-Media-Werbekampagnen zur Förderung von Conversions und Umsatz
- Analyse von Social-Media-Metriken zur Messung der Kampagnenleistung und Ableitung von Optimierungsmaßnahmen
- Einhaltung von Datenschutzrichtlinien und ethischen Standards im Social Media Marketing

Influencer Marketing

- Verständnis der Definition und Ziele des Influencer Marketings
- Unterscheidung zwischen verschiedenen Arten von Influencern und deren Rolle
- Analyse der Bedeutung von Influencer Marketing in der heutigen digitalen Landschaft
- Strategieentwicklung für erfolgreiche Influencer Marketing-Kampagnen
- Identifikation der Zielgruppen und Auswahl passender Influencer
- Entwicklung von Kooperationsmodellen und Vereinbarungen mit Influencern
- Planung und Durchführung von Influencer Marketing-Kampagnen
- Bewertung von Kennzahlen und Metriken zur Erfolgsmessung von Influencer Marketing
- Anpassung von Strategien basierend auf Kampagnenergebnissen und Feedback
- Untersuchung aktueller Trends und Entwicklungen im Influencer Marketing
- Analyse neuer Plattformen und Tools für Influencer-Kollaborationen
- Integration von Kreativität und Innovation in Influencer Marketing-Strategien

Einsatz von Online- und Social- Media-Plattformen

Google

- Verständnis der Funktionsweise und des Zwecks von Google als Suchmaschine
- Analyse der Bedeutung von Google im digitalen Ökosystem
- Identifikation der verschiedenen Zielgruppen, die über Google erreicht werden können
- Bewertung der Reichweite und des Potenzials mit Google
- Untersuchung der Arten von Inhalten und Aktivitäten auf Google
- Analyse der Trends und Entwicklungen
- Nützliche Tools und Diensten bei der Nutzung von Google
- Erlernen von Best Practices auf Google
- Limitationen von Google bei der Zielgruppenerreichung

Facebook

- Funktionsweise und Zwecks von Facebook als soziales Netzwerk
- Analyse der Rolle von Facebook im digitalen Marketing und der Online-Kommunikation
- Untersuchung der Arten von Inhalten und Aktivitäten auf Facebook
- Analyse der Trends und Entwicklungen, die das Nutzerverhalten beeinflussen
- Verständnis und Einsatz der verschiedenen Arten von Inhalten
- Relevanz und Bedeutung verschiedener Inhaltsarten für Nutzerinteraktionen und -engagement
- Limitationen von Facebook bei der Zielgruppenerreichung

Instagram

-
- Funktionsweise und Bedeutung von Instagram als soziales Netzwerk und Marketingplattform
- Identifikation der verschiedenen Nutzergruppen und Zielgruppen, die auf Instagram erreicht werden können
- Analyse der häufigsten Aktivitäten und Interaktionen, die auf Instagram stattfinden
- Untersuchung verschiedenen Arten von Inhalten und Formaten
- Bewertung der Wirksamkeit und des Engagements unterschiedlicher Inhalte und Formate auf Instagram
- Erläuterung der gängigen Themen und Trends auf Instagram
- Analyse der Merkmale und Eigenschaften von erfolgreichen Instagram-Inhalten und -Beiträgen

Linkedin

- Grundlagen und Funktionsweise von LinkedIn als berufliches Netzwerk und Plattform zur Geschäftskommunikation
- Identifikation der verschiedenen Nutzergruppen und Zielgruppen, die auf LinkedIn erreicht werden können,
- Analyse der wichtigsten Aktivitäten und Interaktionen, die auf LinkedIn stattfinden
- Untersuchung der verschiedenen Arten von Inhalten und Formaten, die auf LinkedIn verbreitet werden,
- Bewertung der Wirksamkeit und des Engagements unterschiedlicher Inhalte und Formate auf LinkedIn

Twitter/X

- Funktionen und Besonderheiten von Twitter als Mikroblogging-Plattform
- Identifizierung der verschiedenen Zielgruppen und Nutzer, die auf Twitter erreicht werden können
- Analyse der Hauptaktivitäten und Interaktionen, die auf Twitter stattfinden
- Untersuchung der verschiedenen Arten von Inhalten und Formaten, die auf Twitter verbreitet werden
- Bewertung der Wirksamkeit und des Engagements unterschiedlicher Inhalte und Formate auf Twitter
- Themen und Trends auf Twitter
- Analyse der Merkmale und Eigenschaften von erfolgreichen Tweets und Twitter-Inhalten
- Praxistipps zur Optimierung von Tweets auf Twitter

YouTube

- Funktionen und Besonderheiten von YouTube als Video-Plattform
- Identifizierung der Zielgruppen und Nutzer, die auf YouTube erreicht werden können
- Analyse der wichtigsten Aktivitäten und Interaktionen auf YouTube
- Untersuchung der verschiedenen Arten von Inhalten und Formaten, die auf YouTube verbreitet werden
- Bewertung der Wirksamkeit und des Engagements unterschiedlicher Inhalte und Formate
- Themen und Trends auf YouTube
- Praxistipps zur Optimierung von YouTube-Videos, zur Verbesserung der Sichtbarkeit, des Engagements und zum Aufbau einer Community

Pinterest

- Grundlagen und Funktionen von Pinterest als visuelle Plattform
- Identifizierung der Zielgruppen und Nutzer, die auf Pinterest erreicht werden können
- Analyse der wichtigsten Aktivitäten und Interaktionen auf Pinterest
- Untersuchung der verschiedenen Arten von Inhalten, die auf Pinterest präsentiert werden
- Bewertung der Wirksamkeit und des Engagements verschiedener Arten von Pins und Boards
- Themen und Trends auf Pinterest
- Analyse der Merkmale und Eigenschaften von erfolgreichen Pins
- Praxistipps zur Erstellung ansprechender Pins, zur Optimierung und zur Steigerung der Sichtbarkeit

TikTok

- Grundlagen und Funktionen von TikTok als soziale Plattform
- Identifizierung der Zielgruppen und Nutzer, die auf TikTok erreicht werden können
- Analyse der wichtigsten Aktivitäten und Trends auf TikTok
- Untersuchung der verschiedenen Arten von Inhalten, die auf TikTok präsentiert werden
- Bewertung der Wirksamkeit und des Engagements verschiedener Arten von TikTok-Inhalten
- Themen und Trends auf TikTok
- Analyse der Merkmale und Eigenschaften von erfolgreichen TikTok-Inhalte
- Praxistipps zur Erstellung ansprechender TikTok-Inhalte und zur Maximierung der Reichweite

Kommunikation im Social Media Marketing

Social Media Kommunikation

- Bedeutung und Rolle der Kommunikation in Social Media Marketingstrategien
- Unterschied zwischen traditionellen Kommunikationsformen und der Kommunikation in sozialen Medien
- Zielgerichtete und zielgruppen-spezifische Kommunikationsstrategien in sozialen Medien
- Bedeutung von Timing und Frequenz in der Veröffentlichung von Beiträgen und Social Media Kommunikation
- Analyse von Leistungsmetriken und Interpretation von Daten zur Optimierung der Social Media Kommunikationsstrategie

Sprachliche Kommunikation

- Anpassung der Sprache an Zielgruppen und Plattformen
- Verwendung von ansprechenden und authentischen Sprachstilen, die die Markenpersönlichkeit widerspiegeln
- Bedeutung von Klarheit, Konsistenz und Kohärenz in der sprachlichen Kommunikation
- Untersuchung von Schreibtechniken wie Kurzformen, Emojis und Hashtags zur Verbesserung der Effektivität
- Integration von Call-to-Action (CTA) und Fragestellungen zur Förderung des Engagements der Zielgruppe
- Analyse von sprachlichen Trends und Best Practices in sozialen Medien
- Strategien zur Bewältigung von Herausforderungen wie Sprachbarrieren, Slang und kulturellen Unterschieden

Visuelle Kommunikation

- Verständnis für die Bedeutung visueller Inhalte in der Social-Media-Kommunikation
- Gestaltung ansprechender visueller Inhalte, die die Aufmerksamkeit der Zielgruppe auf sich ziehen
- Auswahl von visuellen Elementen für verschiedene Plattformen und Zielgruppen
- Analyse von Designprinzipien
- Bedeutung von Branding und visueller Identität und Entwicklung entsprechender Designrichtlinien
- Trends und Best Practices in der visuellen Social-Media-Kommunikation
- Strategien zur Optimierung visueller Inhalte für mobile Geräte

Krisenkommunikation

- Bedeutung und des Zwecks der Krisenkommunikation
- Identifizierung potenzieller Krisensituationen und Frühwarnzeichen in sozialen Medien
- Strategien zur effektiven Krisenprävention und -bewältigung auf Social-Media-Plattformen
- Fähigkeit zur schnellen Reaktion und angemessenen Kommunikation während einer Krise auf Social Media
- Bewährte Praktiken und Taktiken zur Bewältigung von Krisen
- Fallstudien und Beispielen aus der Praxis zur Verbesserung der Krisenkommunikationsfähigkeiten
- Reflexion über ethische und rechtliche Aspekte der Krisenkommunikation

Storytelling auf Social Media

Rolle von Storytelling im Social Media Marketing

- Bedeutung von Storytelling im Kontext des Social Media Marketings
- Analyse der Rolle von Geschichten in der Markenkommunikation und Kundenbindung
- Identifikation der verschiedenen Funktionen und Ziele von Storytelling im Social Media Marketing
- Bewertung des Einflusses von Storytelling auf die Markenwahrnehmung und -loyalität in sozialen Medien
- Ableitung von Strategien zur effektiven Nutzung von Storytelling zur Steigerung der Reichweite und des Engagements

Aufbau einer Markengeschichte

- Grundlegende Elemente und Strukturen einer Markengeschichte
- Analyse erfolgreicher Markengeschichten in verschiedenen Branchen
- Verständnisses für die Bedeutung von Authentizität und Emotionalität in Markengeschichten
- Anwendung von Storytelling-Techniken zur Schaffung einer konsistenten und ansprechenden Markenerzählung
- Erstellung einer eigenen Markengeschichte, die die Markenidentität, -werte und -botschaften klar und wirkungsvoll vermittelt

Storytelling-Strategien für Social Media

- Verschiedene Storytelling-Strategien speziell für Social Media Plattformen
- Analyse erfolgreicher Storytelling-Kampagnen in sozialen Medien
- Fähigkeiten zur Auswahl und Anpassung geeigneter Storytelling-Formate und -Techniken für unterschiedliche Zielgruppen und Plattformen
- Storytelling-Strategien zur Steigerung der Markenbekanntheit, Engagement und Konversionen auf Social Media
- Kreative Nutzung von Medieninhalten für eine konsistente und überzeugende Markenerzählung
- Trends und Best Practices im Bereich Storytelling für Social Media
- Erfolgsfaktoren und Leistungs-metriken zur Messung des ROI von Storytelling-Initiativen

Kreation von Storytelling-Inhalten

- Schlüsselelemente und Best Practices für die Kreation überzeugender Storytelling-Inhalte
- Charakterentwicklung und Hand-lungsstruktur in Storytelling-Inhalten
- Identifizierung relevanter Geschichten und Erlebnisse für die Zielgruppe
- Techniken zur Strukturierung von Storytelling-Inhalten, Aufbau von Spannungsbögen und der Schaffung emotionaler Anknüpfungspunkte
- Integration von Markenbotschaften und -werten in erzählerische Inhalte
- Analyse und Bewertung von erfolgreichen Storytelling-Kampagnen

Content Planung für Social Media

Grundlagen der Content-Planung

- Verständnis der Content-Planung im digitalen Marketing
- Bedeutung von Content-Planung für die Unternehmensziele und die Zielgruppenansprache
- Unterscheidung verschiedener Arten von Inhalten und ihre Rolle in der Content-Strategie
- Verständnis der Content-Lebenszyklen und ihrer Auswirkungen auf die Planung und Umsetzung
- Bewertung von KPIs und Metriken zur Erfolgsmessung von Content-Marketing-Initiativen

Content-Ideenfindung und -Kreation

- Anwendung von kreativen Techniken zur Ideenfindung für Content in verschiedenen Formaten und Kanälen
- Entwicklung von Content-Konzepten unter Berücksichtigung der Zielgruppe, der Markenidentität und der strategischen Ziele
- Auswahl und Anpassung geeigneter Content-Formate und -Elemente für die jeweiligen Plattformen und Kanäle
- Umsetzung von Content-Kreationstechniken zur Erstellung von hochwertigen, ansprechenden und relevanten Inhalten
- Bewertung und Optimierung von Content-Ideen und -Kreationen anhand von Feedback und Leistungsmetriken

Content-Kalender und Zeitplanung

- Entwicklung von Content-Kalendern zur strukturierten Organisation und Planung von Inhalten
- Verwendung von Zeitplanungstechniken und Tools zur effizienten Verteilung von Content über verschiedene Kanäle und Plattformen
- Integration von strategischen Zeitrahmen und Ereignissen in den Content-Kalender
- Implementierung von Flexibilität und Anpassungsfähigkeit in den Content-Kalender zur Reaktion von Trends
- Analyse und Bewertung der Leistung des Content-Kalenders zur kontinuierlichen Optimierung

Content-Distribution und Promotion

- Entwicklung von Strategien zur gezielten Distribution von Content auf verschiedenen Plattformen und Kanälen
- Implementierung von Content-Promotion-Techniken zur Erhöhung der Reichweite und Sichtbarkeit
- Anpassung der Content-Distribution an die jeweiligen Plattformen und Zielgruppen
- Bedeutung von Social Sharing und viralem Marketing für die organische Verbreitung von Inhalten
- Implementierung von Cross-Promotion-Strategien

Professionelles Design für Social Media

Design-Grundlagen in Canva

- Grundlegende Funktionen von Canva
- Verständnis für die Bedienungsoberfläche und die Werkzeugpalette
- Anwendung von Layouts, Texten, Formen und Bildern
- Auswahl und Anpassung von Farbschemata und Schriftarten
- Erstellung von einfachen Designs wie Social-Media-Posts und Banner
- Kenntnis der Gestaltungsprinzipien für visuelle Inhalte
- Umsetzung von Designideen unter Verwendung von Canva-Werkzeugen

Erstellung verschiedener Medieninhalte

- Erstellung von Social-Media-Grafiken wie Posts und Storys
- Fähigkeit zur Erstellung von Präsentationen und Infografiken.
- Gestaltung von Marketingmaterialien wie Flyern, Broschüren und Visitenkarten
- Erstellung von Blog- und Webgrafiken wie Banner und Header
- Kompetenz in der Erstellung von E-Book-Covern und anderen digitalen Publikationen
- Anpassung von Designs für verschiedene Plattformen und Formate

Fortgeschrittene Funktionen und Techniken in Canva

- Beherrschung erweiterter Designtechniken wie Schichtung, Maskierung und Ausrichtung von Elementen
- Verwendung von fortgeschrittenen Textformatierungsfunktionen wie Texteffekten und -stilen
- Kenntnis der Möglichkeiten zur Verwendung von Animationen und interaktiven Elementen
- Anwendung von fortgeschrittenen Filtern und Effekten zur Verbesserung von Grafiken und Bildern
- Integration von externen Ressourcen wie eigenen Schriften, Icons und Bildern
- Nutzung von Teamfunktionen und Kollaborationswerkzeugen zur effektiven Zusammenarbeit
- Erstellung von Marken- und Designvorlagen zur einheitlichen Gestaltung verschiedener Projekte

Effiziente Videoproduktion mit Capcut

Einführung in Capcut

- Grundlegende Funktionen von CapCut
- Navigation durch die Benutzeroberfläche von CapCut
- Einrichten eines Kontos und Anpassen der Einstellungen
- Importieren von Mediendateien
- Verständnis der grundlegenden Bearbeitungswerkzeuge
- Anpassung der Videogeschwindigkeit Bearbeitung von Videos

Audio- und Musikbearbeitung

- Videoaufnahmen schneiden, trimmen und zusammenführen
- Anpassung der Videogeschwindigkeit und -richtung
- Hinzufügen von Übergängen und visuellen Effekten
- Einbindung von Hintergrundmusik und anderen Audiodateien
- Anpassung von Lautstärke, Entfernung von Hintergrundgeräuschen und Sprachaufnahme
- Einfügen von Texten, Titeln und Untertiteln mit Anpassungsmöglichkeiten

Text- und Titelbearbeitung

- Gestaltung von Texten und Titeln in Videos
- Verwendung verschiedener Schriftarten, -größen und -farben
- Anpassung von Textpositionen, -animationen und -effekten
- Integration von Schatten, Konturen und Hintergrundeffekten für Textelemente
- Einbindung von dynamischen Titeln und Textanimationen

Filter und Effekte

- Anwendung von Filtern und Effekten in der Videobearbeitung
- Auswahl und Anpassung von Filtern für verschiedene visuelle Stile und Effekte
- Verwendung von Farbkorrektur- und Farbanpassungswerkzeugen für die Gestaltung der visuellen Ästhetik
- Anwendung von Effekten wie Übergängen, Überblendungen und Texturüberlagerungen zur Verbesserung der visuellen Qualität
- Integration von Filtern und Effekten, um eine bestimmte Atmosphäre oder Stimmung in Videos zu erzeugen
- Anpassung von Filterstärke, Helligkeit, Kontrast und anderen Parametern für optimale Ergebnisse

Export von Videos

- Exportfunktionen in CapCut zur Ausgabe von bearbeiteten Videos
- Auswahl der optimalen Exporteinstellungen für verschiedene Plattformen und Geräte
- Anpassung von Videoauflösung, Bildrate und Codec für eine optimale Wiedergabequalität

Ethische und rechtliche Aspekte in Social Media

Ethik im Social Media Marketing

- Sensibilisierung für ethische Fragestellungen im Bereich des Social Media Marketings
- Verständnis für potenzielle Auswirkungen von Marketing-aktivitäten auf das Publikum und die Gesellschaft
- Entwicklung von Strategien zur ethischen Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen in sozialen Medien
- Analyse von Fallstudien und Best Practices im Bereich der ethischen Kommunikation und Werbung in sozialen Medien
- Bewertung von ethischen Dilemmata und Entscheidungsfindung in Bezug auf Social Media Marketing-Kampagnen

Verantwortungsbewusstes Social Media Marketing

- Verständniss für die Verantwortung von Unternehmen auf Social Media
- Identifizierung von ethischen Grundsätzen und Werten, die bei der Nutzung sozialer Medien berücksichtigt werden sollten
- Aufbau von Strategien zur Förderung von Verantwortungsbewusstsein und Nachhaltigkeit in Social Media Marketing-Kampagnen
- Bewertung von Best Practices zur Umsetzung von verantwortungs-bewusstem Social Media Marketing
- Förderung von Transparenz, Authentizität und sozialer Verantwortung in der Kommunikation über soziale Medien

Datenschutz und rechtliche Bestimmungen

- Analyse von Datenschutzrisiken und deren Auswirkungen auf Social Media Marketing-Aktivitäten
- Implementierung von Datenschutzmaßnahmen und -richtlinien in Social Media Marketing-Strategien
- Bewertung von Datenschutzverletzungen und Entwicklung von Lösungsstrategien zur Minimierung von Schäden
- Durchführung von Datenschutz-Folgenabschätzungen für Social Media Marketing-Aktivitäten
- Datenschutzgesetze und rechtlichen Rahmenbedingungen in Österreich und der Europäischen Union
- Relevante Inhalte der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und des Telekommunikationsgesetz (TKG)
- Strategien zur Gewährleistung der Einhaltung von Datenschutzgesetzen und zur Vermeidung von Datenschutzverletzungen

Verpflichtende Angaben auf Internetseiten und Social Media Plattformen

- Identifikation der gesetzlich vorgeschriebenen Informationen, die auf Internetseiten und Social Media Profilen in Österreich bereitgestellt werden müssen
- Bedeutung der vorgeschriebenen Informationen für Internetseiten und und Social Media Profilen
- Implementierung der Mindestinhalte und empfohlenen Inhalte