



Technische
Akademie
Esslingen
**Ihr Partner für
Weiterbildung
seit 60 Jahren!**

In Zusammenarbeit mit induux
und dem Bundesverband Industrie
Kommunikation e.V. (bvik)



Unterstützt durch das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft
Baden-Württemberg aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds.

Förderung zu 30 % bzw. 50 % durch das Ministerium für
Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg. Zuschuss
unter Vorbehalt der Mittelzusage und der Förderfähigkeit.

Zertifikatslehrgang | Betriebswirtschaft und Arbeitskompetenz

B2B Online-Marketing Manager/-in (TAE)

3 Präsenzphasen – 28. September bis 18. November 2016

Leitung: Veikko Wünsche, Stuttgart



Präsenzphase 1

Mittwoch, 28. September 2016 > 9.00 bis 17.00 Uhr

Donnerstag, 29. September 2016 > 9.00 bis 18.30 Uhr

Freitag, 30. September 2016 > 9.00 bis 17.00 Uhr

Einführung (V. Wünsche)

Strategisches B2B Online-Marketing (C. Seifert)

- > Besonderheiten der B2B-Kommunikation
- > Nutzerverhalten von B2B-Entscheidern
- > generelle Trends im B2B-Online-Marketing
- > Auswirkungen von Content-Marketing auf B2B-Unternehmen
- > Thesen zur Zukunft von B2B-Online-Marketing
- > Einblick in die Online-Praxis von B2B-Unternehmen
- > Methoden strategischer Online-Planung
- > Neuromarketing: Was wirkt bei meinen Zielgruppen?

Online-Vertrieb – B2B (T. Rombach)

- > Leadgenerierung
- > Lead Management
- > Lead Prozesse
- > Conversion-Optimierung

PRAXISVORTRAG

Reputationsmanagement in der Elektro-Branche

(C. Becht)

- > Planung, Aufbau, Pflege, Steuerung und Kontrolle des Rufes der Unternehmensgruppe

Suchmaschinenoptimierung – Theorie und Praxis

(V. Wünsche)

- > Was genau ist Suchmaschinenoptimierung, und wie funktioniert sie?
- > Möglichkeiten mit Suchmaschinenoptimierung
- > Besonderheiten im B2B-Umfeld
- > Suchmaschinenoptimierung für internationale Märkte
- > indirekte Suchmaschinenoptimierung

Rechtliche Rahmenbedingungen beim

B2B Online-Marketing (C. Ulbricht)

- > Anforderungen des Telemediengesetzes (u.a. Impressumspflicht)
- > urheberrechtliche Grundlagen und Umgang mit Inhalten im Internet
- > Recht am eigenen Bild
- > datenschutzrechtliche Anforderungen im Internet
- > Umgang mit Kunden und Partnerdaten
- > rechtliche Anforderungen an Cookies, Tracking & Co
- > Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) einschließlich E-Mailmarketing
- > notwendige Vertragsgestaltung auf B2B-Plattformen
- > Social Media und Recht – besondere Problemstellungen bei XING, Facebook & Co
- > Darstellung und Diskussion von Praxisfällen

Präsenzphase 2

Mittwoch, 19. Oktober 2016 > 9.00 bis 17.00 Uhr

Donnerstag, 20. Oktober 2016 > 9.00 bis 18.30 Uhr

Freitag, 21. Oktober 2016 > 9.00 bis 17.00 Uhr

Apps für den B2B-Bereich und ihre Vermarktung (J. Tenné)

- > Möglichkeiten und Chancen von Apps für Unternehmen
- > Vermarktung der App: Maßnahmen wie SEA, SEO, Affiliate Marketing, App Store Marketing, In App-Marketing etc.

Online-Texten und Redaktionsprozesse

(B. Münchinger)

- > Kommunikation, die Aufmerksamkeit weckt und Leads generiert
- > Public Relations für Unternehmen und Produkte
- > Texten fürs Web: Website, Social Media & Co

E-Mail-Marketing (T. Schwarz)

- > E-Mail strategisch einsetzen
 - > Wann Sie E-Mails einsetzen und wann nicht
 - > DOs and DON'Ts im E-Mail-Marketing
- > Gestaltung von E-Mailing und Newsletter
 - > Wie Ihre Mail aus der Flut heraussticht
 - > die richtige Versandzeit und Frequenz
 - > das optimale Text/Bild-Verhältnis
 - > Praxisbeispiele gelungener Templates
- > Software und Erfolgskontrolle
 - > Kennzahlen: Welche sind wirklich wichtig?
 - > Kriterien für die Software-Auswahl
 - > Anbindung an CRM-Systeme
 - > Tipps zur Wahl der richtigen E-Mail-Agentur

Modernes Webdesign und Markenführung – Was ist heute wirklich wichtig? (D. Vey)

- > Trends in Logo-Entwicklung und Corporate Design
- > Mobile First – Anforderungen an responsive Webdesigns
- > Usability – den Anforderungen der Zielgruppe gerecht werden
- > Markenführung in Zeiten von Social Media
- > Bekanntheitsgrad steigern und Kunden binden

PRAXISVORTRAG

Social Media Praxis eines mittelständischen Unternehmens der Elektroindustrie (W. Hofelich)

- > Einführung und Implementierung von Social Media
- > kontinuierliche Pflege der Social Media-Kanäle
- > Aufwand-Nutzen-Verhältnis

Social Media in der Unternehmenskommunikation: Einführung, Überblick, Kanäle (Vorstellung, Anwendung Content/Ads) (B. Jodeleit)

- > Plattformen im Social Web und ihre Bedeutung für Unternehmen
- > B2B-Kommunikation im Web: die Besonderheiten
- > Ressourcen, Prozesse, Kompetenzen: Verankerung im Unternehmen
- > Praxistipps und Live-Phase: Tools im Einsatz (z.B. Facebook Ads)
- > Bearbeiten von Fallbeispielen aus dem Teilnehmerkreis
- > Fallstricke und Fehler, die nicht sein müssen
- > Klärung offener Fragen und Debatte Social in B2B, Für und Wider

Präsenzphase 3

Mittwoch, 16. November 2016 > 9.00 bis 17.00 Uhr
Donnerstag, 17. November 2016 > 9.00 bis 18.30 Uhr
Freitag, 18. November 2016 > 9.00 bis 17.00 Uhr

Suchmaschinenmarketing (AdWords & Co) und Erfolgsmessung mit Google-Tools (P. Geiger)

- > Einführung Suchmaschinenmarketing
- > Überblick, Möglichkeiten und Tools
- > Web-Analyse und Erfolgsmessung mit Analytics, Search Console u.a.

Website-Planung und Relaunch: ein Projekt – technische und organisatorische Stolpersteine (P. Siebenhaar)

- > Planung, Durchführung und Nachbetrachtung
- > Verantwortlichkeiten und Modularisierung
- > Lastenheft und Pflichtenheft
- > Schnittstellen zwischen Unternehmen und Dienstleistern

Online-Marketing umsetzen: Kompetenzen, Prozesse, Teams, Agenturen (V. Wünsche)

- > Welches Knowhow und welche Prozesse müssen im Unternehmen aufgebaut werden?
- > Wie erreicht man im schnelllebigem Bereich des Online-Marketings das beste Aufwand-/Nutzenverhältnis?
- > Wie arbeiten Firmen mit externen Agenturen effektiv zusammen?

PRAXISVORTRAG

Online-Marketing in einem mittelständischen Unternehmen des Maschinenbaus (H. Röhrig, K.-N. Eby)

- > Bestandsaufnahme und erste Überlegungen: Entwicklung einer Kommunikations-Strategie
- > Implementierung von Website und Social Media
- > Erfahrungen mit den einzelnen Kanälen
- > Gesamtwirkung der Maßnahmen und Zusammenspiel

Abschlusspräsentationen

- > Praxis-Präsentationen der Teilnehmer/-innen
- > Zertifikatsübergabe

Sie melden sich an

Bitte nennen Sie

Veranstaltung Nr. 60082.00.001
Veranstaltungstitel
Vor- und Nachname, Anschrift
Telefon, Telefax, E-Mail

per Post

Technische Akademie Esslingen e.V.
An der Akademie 5, 73760 Ostfildern

per Telefon

Heike Baier
Anmeldung +49 711 34008-23
+49 711 34008-27
anmeldung@tae.de
www.tae.de

per Telefax

per E-Mail

per Internet

Wir reservieren auch Ihr Hotelzimmer.

Wir berechnen

EUR 3.120,- mehrwertsteuerfrei
Im Falle Ihrer Förderfähigkeit (www.esf-bw.de, gilt nur für Baden-Württemberg) reduziert sich die Gebühr bis zum 49. Lebensjahr um 30 %. Sie erhalten 50 % Ermäßigung, wenn Sie förderfähig sind und vor oder während des Seminars das 50. Lebensjahr vollenden.
Firmen mit induux-Profil und bvik-Mitglieder erhalten 10% Rabatt.
Im Preis sind Arbeitsunterlagen, Mittagessen und Pausenverpflegung enthalten.

Sie sprechen uns an

organisatorisch

Telefon +49 711 34008-99

fachlich

Dipl.-Kffr. Tina Heine

Telefon +49 711 34008-71

E-Mail tina.heine@tae.de

Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen

Es gelten die unter www.tae.de einsehbaren Geschäftsbedingungen der Technischen Akademie Esslingen e.V.

Seminarversicherung

Bei kurzfristiger Stornierung Ihrer Teilnahme an der Veranstaltung fällt die volle Teilnahmegebühr an.
Wir empfehlen daher den Abschluss einer Seminarversicherung bei unserem Partner, der EUROPÄISCHEN Reiseversicherung. Infos und Versicherungsabschluss www.tae.de
E-Mail ioannis.kujumtjidis@tae.de

Sie erhalten Qualität

Das Qualitätsmanagementsystem der Technischen Akademie Esslingen ist nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert.



So finden Sie uns

Anfahrpläne finden Sie unter www.tae.de
Kostenlose Parkplätze am Haus
Behindertengerechter Zugang

Unser Service für Sie:

Mit attraktiven Sonderkonditionen der Deutschen Bahn AG zur TAE.
Infos unter www.tae.de

Rahmenprogramm

www.tae.de/service/rahmenprogramm

Bildquelle

Bildquelle: © Uli-B – Fotolia.com

www.tae.de