

Veranstaltungsplan

Online Marketing Kompakt-Lehrgang 7 Wochen

Kursbeschreibung

Dieser Praxis-Kurs kann in 7 Wochen absolviert werden.

Sie erhalten unter bestimmten Voraussetzungen eine Förderung über einen Bildungsscheck in Höhe von 500,00 €

Social Media und gutes Online-Marketing braucht heute jedes Unternehmen. Wenn Sie hier fundierte Kenntnisse haben, dann sind Sie in Agenturen, in Verwaltungen, Unternehmen und in weiteren Bereichen der Wirtschaft gerne willkommen.

Wir starten mit den Grundlagen des Online-Marketings, behandeln dann Werbeformen wie Banner, machen Sie schlau über das wichtige Retargeting, also das Erkennen und Finden unserer Kunden im Netz; Sie lernen wie man E-Mails erfolgreich einsetzt und wir kümmern uns ausführlich um zielgenaue Social Media-Strategien.

Und Sie lernen mit Web-Analytics umzugehen und nach dem Kompakt-Kurs werden Sie auch wissen, wie Sie Mobile Kommunikation bestens einsetzen - also:

Genau das Richtige, wenn Sie kurz und kompakt das Wichtigste lernen wollen.

Zur Vertiefung des Erlernten, erhalten Sie Übungen, die mit den Fachdozenten im Zoom-Live-Chat besprochen werden. Diese Übungen sind freiwillig: Sie können sie mitmachen, müssen es aber nicht, wenn es Ihre Zeit nicht zulässt. Dann können Sie auch in Ihrem ganz eigenen Tempo flexibel alle Videos abrufen - auch in beliebiger Reihenfolge.

Die Vorlesungen gibt es als Video oder über ZOOM-Live-Sitzungen (grün markierte Texte)



Für die Teilnahme am Kompaktlehrgang erhalten Sie ein Abschlusszertifikat

Der Zeitplan ist verbindlich. Er ist dann flexibel, wenn Sie sich entschließen, die Übungen auszulassen!

10

Unterrichtsstunden

ZOOM-Live: Einführungsveranstaltung

Überblick - Praktische Tipps - Infos im Anschluss

1. Vorlesung aus der Webinar-Reihe Grundlagen im Online-Marketing per Video.

Um einen ersten Eindruck und einen zielführenden Überblick über das Online-Marketing zu bekommen, führt Sie Dozent Burkhard Asmuth durch alle Teil-Disziplinen. Voller Ideen, Werkzeugen und Strategien lernen Sie wie ein Online-Marketer zu denken.

**Fortsetzung der Vorlesungsreihe Online-Marketing**

Burkhard Asmuth von der Agentur Contunda ist absoluter Profi in diesen Bereichen, dem es „unglaublichen Spaß macht, sein Wissen weiterzugeben“.

Durch ihn erfahren Sie, wie erfolgreiche Kampagnen im Internet funktionieren.

Social Media Grundlagen

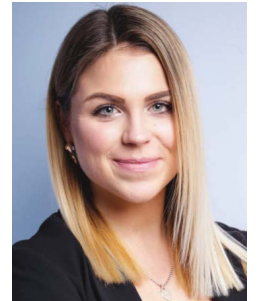
Nadine Fischer

4

Unterrichtsstunden

Grundlagen und Strategie

Beinahe jeder Internetnutzer hat auch mindestens einen Social Media Account. Dort können Sie Ihre Kunden erreichen. Damit Sie wissen, welche sozialen Medien Sie kennen und nutzen sollten, gibt Ihnen Nadine Fischer einen Überblick über die verschiedenen Kanäle und die dazugehörigen Formen des Social Media Marketings und eine zielorientierte Kampagnenplanung.



Nadine Fischer absolvierte sehr erfolgreich an der DAMK das Studium „Marketing-Kommunikation“. Nach verschiedenen Positionen im Marketing von Dienstleistungsunternehmen wechselte sie 2019 zu „Wavemaker“ einem der größten Mediaagentur-Netzwerke Deutschlands. Dort arbeitet sie als Senior Account Managerin und betreut ganzheitlich (von TV bis hin zu allen digitalen Kanälen) einen großen Kunden aus der Lebensmittelbranche.

7

Unterrichtsstunden

In 10 Schritten zum eigenen Blog

Sie wissen so viel, was Ihre Kunden auch gerne wissen würden :) - dann sagen Sie es Ihnen doch über einen Blog. Blogs sind nämlich weit mehr als Meinungs-, Wissens- oder Erlebnismitteilungen - Blogs sind oft eine gute Geldquelle und gehören in fast jede Online-Kommunikationsstrategie.

**SEO = Search Engine Optimization**

Suchmaschinenmarketing oder Search Engine Marketing (SEM) ist ein wichtiges Teilgebiet des Online-Marketings. Hier befassen wir uns mit geeigneten Maßnahmen, um eine Website für Keywords im organischen und im bezahlten Bereich von Suchmaschinen zu positionieren. Suchmaschinenmarketing und Blogs gehören eng zusammen, wenn wir uns eine Leserschaft aufbauen wollen, um unsere Ziele mit dem Blog zu erreichen.

Web-Analytics

Alexander Braden

3

Unterrichtsstunden

Woher kommen Website-Besucher? Über Banner? Suchmaschinen? Newsletter? Und was machen sie auf der Site? Wie lange bleiben sie? Gibt es markante Ausstiegspunkte? Wie viele Kaufabbrüche gibt es? Wer eine Website oder einen Webshop betreibt, möchte so viele Besucher wie möglich auf seine Seite bringen – und dort sollen sie auch bleiben oder etwas kaufen. Dazu müssen Kommunikationsmaßnahmen und auch die Website selbst kontinuierlich verbessert und angepasst werden – und dazu benötigt man eine ausgefeilte Analyse. Wie das geht, zeigt Alexander Braden. Er ist Geschäftsführer einer Kreativ- und Digitalagentur mit einem starken Fokus auf das Thema User Experience und erklärt Ihnen dieses spannende Thema mit vielen Praxis-Beispielen.

**Google-Ads = SEA**

Alexander Braden

1

Unterrichtsstunde

Google ist die mit Abstand beliebteste Suchmaschine weltweit. Wer noch über den Suchergebnissen ganz oben stehen will, muss wissen, wie man Werbeanzeigen mit Google Ads erstellt. Die wichtigen Grundlagen dazu zeigt Ihnen Praxis-Dozent Alexander Braden.



2

Unterrichtsstunden

Wer kennt das nicht?! Nur einmal hat man sich kurz ein Produkt in einem Onlineshop angeschaut und keine Minute später verfolgen einen die Anzeigen zum besagten Produkt kreuz und quer durchs Netz. Dank des Retargetings können Werbende auf ihr Verhalten und Interessen ausgerichtete Bannerwerbung ausspielen. Wie genau das funktioniert und wie Sie es sinnvoll für Ihre Zwecke nutzen können, lernen Sie von Alexander Braden.



8

Unterrichtsstunden

ZOOM-Live: E-Mail-Marketing

E-Mail-Marketing ist eine der beliebtesten digitalen Werbeformen - denn: Besser und einfacher können Sie Ihre Kunden kaum ansprechen. Aus der personalisierten und individuellen Kundenkommunikation ist es nicht weg zu denken. Und auch im Vertrieb, Service und vielen weiteren Bereichen spielt E-Mail-Marketing eine elementare Rolle. Detailliertes Wissen über Strategien, Technologien und praktische Anwendung vermittelt Nico Müller-Leon.



Nach seinem Studium an der Universität Bonn-Rhein-Sieg sammelte Nico Müller-Leon weitreichende Erfahrungen im Online-Marketing und Custom-Relationship-Management bei einem führenden Online Fotoservice in Deutschland und Europa. Nachdem er für vier Jahre das E-Mail-Marketing bei Galeria Kaufhof verantwortet hatte, optimierte er das E-Mail-Marketing bei Vodafone in Düsseldorf, arbeitete in leitender Position beim Deutschen Ärzteverlag in Köln und ist heute Head of E-Mail-Marketing bei Fressnapf.

3

Unterrichtsstunden

ZOOM live Facebook Ads

Facebook? Kenn ich doch?

- * Stimmt, aber hier lernen Sie, dieses größte Netzwerk der Welt richtig einzusetzen.
- * Sie können dann wirksame Facebook Werbeanzeigen erstellen.
- * Sie wissen, was Re-Targeting ist
- * Sie setzen A/B Test ein - und Sie wissen auch, warum
- * Sie erfahren eine Menge über Zielgruppen und deren Insights.
- * Und Sie können Facebook Pixel installieren und damit den Traffic messen.



2**Unterrichtsstunden****Rechtliche Aspekte:**

Das Internet ist immer in Bewegung. Die Rechtsprechung kommt den schnellen Entwicklungen nur langsam hinterher. Es gibt also Grauzonen und Wissenslücken. Aber - wer gegen bestehende Regeln verstößt, riskiert erhebliche finanzielle Verluste.

Das muss nicht sein:

Rechtsanwältin Dr. Judith Nink zeigt an praktischen und aktuellen Beispielen, welche Regeln Sie beachten müssen. Sie ist Justiziarin bei einem mittelständischen Kölner Software Unternehmen und Of Counsel bei KREMER RECHTSANWÄLTE.

**2****Unterrichtsstunden****Datenschutz**

Der Kurs geht auf einige wichtige Steps ein, die Sie im Hinblick auf die DSGVO beachten sollten, um Datenschutz im Unternehmen zu etablieren.

Brauche ich einen Datenschutzbeauftragten?

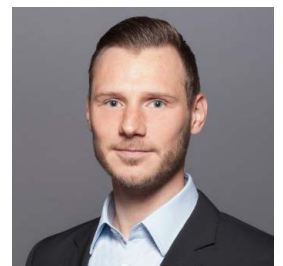
Oder ein Informations-Sicherheits-System?

Was ist eine AV und was sind TOM? Und was hat dies alles mit Social Media zu tun?

Stefanie Hallenberg von der Agentur ui/deation ist spezialisiert auf Online-Marketing und Kommunikation. In den letzten 8 Jahren hat sie Erfahrung in den Bereichen Verlag, Versicherung und im Hochschulbereich gesammelt. Nebenbei arbeitet sie als Datenschutz-fachkraft und unterstützt Unternehmen dabei, die Pflichten der DSGVO einzuhalten.

**5****Unterrichtsstunden**

Jeder Zeit erreichbar und „mobile“ im Internet zu sein, ist inzwischen für fast jeden selbstverständlich. Die Ansprüche an Website und Videos sind aus „mobiler“ Sicht ganz andere, als wenn ein Nutzer vor seinem PC Zuhause im Internet surft. Diese Entwicklung benötigt immer Innovationen. Was mobile inzwischen alles geht, weiß Sebastian Scheele. Er ist Senior User Experience & Portal Manager beim großen internationalen Telekommunikations-Anbieter Telefonica.



BONUS

Digitale Mediaplanung

Alina Schäfers

15
Unterrichtsstunden

Im Zuge der Digitalisierung und rasant steigender Online-Nutzerzahlen, ist Online-Werbung heute nicht mehr wegzudenken. Es stellt sich also nicht die Frage, ob man Online-Werbung betreiben sollte, sondern in welchem Umfang und mit welchen Instrumenten. Und darum geht es:



Welche Formate eignen sich im Rahmen des Kampagnenziels?

Wie vermindere ich Streuverluste und welche Targetingmöglichkeiten gibt es?

Alina Schäfers ist Teamleiterin für die digitale Mediaberatung bei der internationalen Mediaagentur Mediacom. Wie man erfolgreiche Online-Kampagnen umsetzt und diesen Erfolg messbar macht, vermittelt Alina Schäfers. Sie hat in Schottland ihren Master of Science in Business Administration erlangt und ist Teamleiterin für die digitale Mediaberatung bei der Mediacom.

Düsseldorfer Akademie für Marketing Kommunikation e. V.

Kaiserstraße 42a • 40479 Düsseldorf • 0211-37 39 00 • damk.de • roth@damk.de

Lehrgangs-Kosten

1.500,- €

1.000,- € mit Bildungsscheck
für DAMK-Absolventen: **15 % Rabatt**

Sichern Sie
sich Ihren
Zuschuss!

Bildungsschecks werden gerne akzeptiert.

Weitergehende Informationen zum Bildungsscheck/Prämie NRW finden Sie auf dem Internetportal <https://www.weiterbildungsberatung.nrw/foerderung>