

DIGITALES STORYTELLING

„Content is king“ – das gilt für Online-Inhalte heutzutage umso mehr, seit Google auch die Qualität von Inhalten bewertet. Aber auch die Leser erwarten keine platten Werbebotschaften sondern sinnvolle Inhalte mit informativem Mehrwert, die es wert sind, verbreitet zu werden. Daher müssen Kommunikationsverantwortliche ihre Unternehmen, Marken und Produkte gekonnt inszenieren und zeitgemäße Erzählformen anwenden. Sie möchten wissen, wie Sie Ihre Themen für verschiedene Zielgruppen langfristig interessant gestalten? Sie nutzen bereits einige Social Media Kanäle, suchen aber nach geeignetem Content und wollen nicht einfach die üblichen Presseinformationen kopieren? In diesem Media Workshop erfahren Sie, wie Sie durch Digital Storytelling aus vorhandenen Inhalten spannende neue Geschichten entwickeln, um die anvisierten Zielgruppen zu erreichen.

Themenschwerpunkte

- professionelle Konzeption und Themenplanung für Online-Inhalte, insbesondere in Sozialen Netzwerken und Weblogs
- Kreativitätstechniken für die Themenfindung und Zielgruppenadressierung
- Storytelling für unterschiedliche Endgeräte und responsives Design (Smartphones, Tablet, PC)
- Aufbereitung von Inhalten für verschiedene Internetplattformen und Checklisten für die Umsetzung
- visuelles Storytelling: Trends, Techniken, Tools, Fokus Plattform Pageflow
- Content Marketing und Storytelling: Strategie und Methode im Zusammenspiel
- Indikatoren und Tools für Evaluation und Erfolgsmessung für Storytelling, insbesondere von Social Media Inhalten

Lernziele

Sie können eine Content-Strategie für ansprechenden Social Media Content entwickeln, auf Basis des Storytellingansatzes darstellen und relevante Themen inhaltlich und zeitlich setzen. Sie wissen, wie Sie Ihre Marke oder Dienstleistung im Social Web mit Digital Stories präsentieren. Sie lernen, mit welchen Geschichten Sie die verschiedenen Zielgruppen erreichen, wie sie zu begeistern sind und wann sie in Ihrem Sinne aktiv werden. Sie können Ihre PR effektiv ausbauen und Synergieeffekte zu bestehenden Maßnahmen nutzen.

Teilnehmergruppe

- Kurs für PR-Fachkräfte und Contentmanager, die Online-Auftritte und soziale Netzwerke effektiv in ihrer Gesamtkommunikation nutzen wollen.
- Seminar für alle, die für ihre Online-Kommunikation strategisch und thematisch relevante Inhalte entwickeln möchten.

Referent

Kai Heddergott

Kai Heddergott (Jahrgang 1969) ist selbstständiger Kommunikationsberater und seit 1995 als Autor und Dozent für Themen der Online-Kommunikation tätig. Er berät seine Kunden bei der Konzeption und Realisierung von internen und externen Kommunikationsmaßnahmen vor dem Hintergrund der Digitalen Transformation. In seiner Tätigkeit am MMB Institut für Medien- und Kompetenzforschung in Essen war er viele Jahre Mitglied in der Jury und Nominierungskommission des Grimme Online Award. Heddergott hat an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster Publizistik und Kommunikationswissenschaft studiert und war dort mehrere Jahre für die elektronische Lehrredaktion des Instituts für Publizistik verantwortlich. Zu seinen Kunden zählen national und international tätige Unternehmen aus den Bereichen Industrie, Finanzwirtschaft und öffentliche Institutionen.

Digitales Storytelling

Uhrzeit: von 09:00 bis 17:00 Uhr

Teilnehmer: max. 12 Personen

Termine: 21.11.2018 in Hamburg

690,00 Euro