

SOCIAL MEDIA IN DER B2B-KOMMUNIKATION

Immer mehr B2B-Unternehmen integrieren Social Media in ihre Kommunikationsstrategie. Doch der schnelle Wandel des Mediennutzungsverhaltens und die vielfältigen Social Media Kanäle stellen unterschiedliche Herausforderungen an die B2B-Kommunikation. Welchen Sinn macht Social Media im Bereich B2B überhaupt? Welche Strategie ist die richtige und was sind die relevanten Kanäle? Wie unterscheiden sich die Social Media Aktivitäten von B2B- und B2C-Unternehmen? Wie kann man messbaren Kommunikationserfolg generieren oder gar neue Kunden gewinnen? Dieser Media Workshop zeigt Ihnen, wie Sie Ihre Zielgruppe im Social Web erreichen. Sie erfahren, wie Sie mit sozialen Plattformen wie Blogs, Facebook, Twitter, Google+ oder LinkedIn optimale Vertriebsunterstützung gewährleisten.

Themenschwerpunkte

- Unterschiede zwischen Social Media im B2C- und B2B-Geschäft
- Trends und Erfolgsfaktoren für Social Media Marketing im B2B-Bereich
- Chancen und Risiken zur Gewinnung und Bindung von B2B-Kunden
- Integration von Social Media in die B2B-Unternehmensstrategie
- soziale Plattformen wie Blogs, Facebook, Twitter, Google+ oder LinkedIn richtig nutzen
- relevante Best Practice Beispiele aus der B2B-Welt
- Tipps zu Rahmenbedingungen wie Urheberrecht, Impressum, Guidelines, Krisensituation, Erfolgsmessung

Lernziele

Sie erfahren, wie erfolgreiche B2B-Unternehmen Social Media im Bereich Marketing, Kommunikation, Kundenservice, Qualitätssicherung oder Produktentwicklung einsetzen. Der Referent zeigt Ihnen, wie Sie mit gutem Content und Mehrwert für Ihre Zielgruppen in der B2B-Kommunikation punkten. Sie können mit strategischen Argumenten in den Dialog mit der Führungsebene treten und haben Handlungsansätze für ein eigenes Social Media Konzept.

Teilnehmergruppe

- Dieser Kurs richtet sich an Kommunikationsverantwortliche in B2B-Unternehmen, die Social Media in ihrer Online-Kommunikation nutzen möchten.
- Weiterbildung für Verantwortliche aus PR, Marketing und Vertrieb, die den Nutzen von B2B-Onlineplattformen für ihre Kommunikation einschätzen wollen.

Referent

Torsten Panzer

Torsten Panzer (Jahrgang 1974) ist Kommunikationsberater und Dozent mit Schwerpunkt PR, Marketing, WoM und Social Media. In 2013 war er als Director Social Media bei thjnk und als freier Berater tätig. Seit 2009 führt er als Vorstandsvorsitzender den PR Club Hamburg. Außerdem ist er im Beirat der Social Media Week Hamburg aktiv. Bis 2011 war er bei der Social Media Akademie (SMA) Pressesprecher und Geschäftsführender Gesellschafter für die Bereiche PR, Marketing und Vertrieb. Zuvor war er als Co-Founder und Managing Director für das DACH-Geschäft der Word of Mouth Marketing Agentur Buzzer verantwortlich. Bis heute ist er Gesellschafter der ad publica Public Relations, einer auf integrierte Kommunikation ausgerichtete Agentur, die er 2001 mit Partnern in Hamburg gründete. Panzer absolvierte nach dem Studium der Geschichte, Philosophie und VWL zunächst ein Volontariat bei einer PR-Agentur. Nach Zwischenstationen bei der Stadtparkasse Köln, RTL und dem Gerling Konzern ging er als Pressesprecher & Leiter Marketing-Kommunikation zur Kölner denkwerk-Gruppe.

Social Media in der B2B-Kommunikation

Uhrzeit: von 09:00 bis 17:00 Uhr

Teilnehmer: max. 12 Personen

Termine: