

Online Marketing (20 Tage)

<p>Ziel</p>	<p>Das Online-Marketing ist aus dem Instrumentarium eines modern auftretenden Unternehmens nicht mehr wegzudenken. Eine Präsenz im World Wide Web, ist mittlerweile längst eine Pflicht geworden, auch für kleinere Unternehmen. Für viele Marketingverantwortliche ist der Auftritt im Netz inzwischen der Hauptpunkt ihrer Marketingausrichtung geworden. Die Internet Adresse mit all ihren Inhalten, Funktionen und Interaktionsmöglichkeiten ist da zielgruppenorientiert die Haupt Marketingplattform für heutige Unternehmen geworden.</p>
<p>Programm</p>	<p>Die Marketingfragen in diesem Kontext sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was können wir unserer Zielgruppen über das Internet bieten? • Lassen sich Neubesucher für bzw. -kunden durch die Website finden? • Können Sie bestehende Kunden mit neuen Angeboten im Netz binden? • Mit welchen Interessengemeinschaften lässt sich der Erfolg des Unternehmens steigern? <ul style="list-style-type: none"> ➤ Einführung Internet-Marketing – Konzeptionelle Herangehensweise ➤ Offline- und Online-Marketing – Koordination und Abstimmung auch am Beispiel Cross-Media-Kampagnen mit der Zielsetzung einer sinnvollen Medienkonvergenz ➤ Website- und E-Commerce Marketing (Benchmarking) ➤ E-Mail-Marketing und Newsletter ➤ Gestaltungsregeln des Direkt-Marketings, angewendet auf das E-Mail-Marketing ➤ E-CRM und Maßnahmen der gezielten Kundenbindung und -ansprache bei heterogenen Kundengruppen (Multi- und Cross-Channel Marketing) ➤ Search Engine Marketing (SEM) und Search Engine Optimization (SEO) ➤ Suchmaschinenmarketing, Kampagnen und Online-Werbung von der Mediaplanung bis zur Gestaltung der Werbemittel ➤ Open Ad-Stream-Server und Open Advertiser (Management-Konsolen im Web) ➤ Begriffe und Zusammenhänge der Werbelehre und Werbepsychologie übertragen auf Werbeformen im Internet, Affiliate-Marketing, Online-Mediaplanung, Virales Marketing ➤ Online-Recherche, Studienarchive und Online-Befragungen als Teil der Markt- und Marketingforschung, Online-PR, Online-Sponsoring, E-Coupons und Webpromotion ➤ Konzepte des Social Media Marketings, Blogging, Schreiben für das Web ➤ Maßnahmen und Möglichkeiten des Marketing- und Web Controlling ➤ Einschlägige Lösungen und Lösungsanbieter im Überblick ➤ HTML-Grundlagen, CMS-Typo3
<p>Praxis</p>	<p>Unterstützt wird die Wissensvermittlung durch wöchentlich einen Übungs- oder Praxistag. Die hier geforderte eigenständige Projektarbeit in der Academy dient der Vertiefung der vermittelten Kenntnisse.</p>
<p>Zielgruppe</p>	<p>Fachkräfte- und Führungskräfte aus allen Bereichen der Wirtschaft, die im Unternehmen diesen Fachbereich verantworten.</p>
<p>Kombinationsmodule</p>	<p>Projektmanagement; Wirtschaftsenglisch; Marketing/Vertrieb; Finanzmanagement</p>
<p>Zertifikat</p>	<p>Sie erhalten das BTA-Zertifikat mit der Bezeichnung „Online Marketing Consultant“ und der Angabe aller Lehrgangsinhalte</p>