

Inhalt

ÜBERZEUGEN OHNE FOLIEN MIT PREZI	2
SEMINARINHALTE:	2
ERFOLGREICHES RECRUITING UND PERSONALMARKETING MIT FACEBOOK, GOOGLE & CO.	3
ZIELSETZUNG	3
ZIELGRUPPE	3
INHALTE DES SEMINARS	3
DER SOCIALISIERTE KUNDE!	4
ZIELSETZUNG	4
ZIELGRUPPE	4
INHALTE DES SEMINARS	4
EINFÜHRUNG IN SOCIAL-MEDIA.....	5
FACEBOOK FÜR UNTERNEHMEN	5
REGIONALES MARKETING AUF DEM SMARTPHONE	6
ZIELGRUPPE	6
ZIELSETZUNG	6
INHALTE DES SEMINARS	6
MIT ADOBE ACROBAT (PDF) ZUM PAPIERLOSEN BÜRO!.....	7
ZIELSETZUNG	7
ZIELGRUPPE	7
INHALTE DES SEMINARS	7
GOOGLE ADWORDS-SEMINAR: SUCHEN SIE NICHT NEUE KUNDEN SONDERN LASSEN SIE SICH VON IHREN KUNDEN FINDEN!	8
THEORETISCHER TEIL	8
PRAKTISCHER TEIL.....	8

Überzeugen ohne Folien mit Prezi

Erlernen Sie in diesem Seminar die neue Art zu visualisieren und zu präsentieren. Die kostenlose Software [Prezi](#) bietet hier neue Ansätze und Werkzeuge, um bei Ihrem Publikum einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Mit Prezi gehört das folienbasierte Denken aus PowerPoint der Vergangenheit an. Denn hier erzählen Sie Ihrem Publikum eine Geschichte und wechseln dabei die Kameraeinstellung bzw. Kameraperspektive. Zusätzlich lässt sich Ihre Geschichte noch mit Videos oder PowerPoint-Elemente sowie PDF-Dokumenten anreichern. Dabei gehören Zoomen und Kamerafahrten zu Ihren Dauerbegleitern, die Sie bald nicht mehr missen möchten.

Ein neues Tool, eine neue Technik und viel Begeisterung bei Ihrem Publikum. Lassen Sie sich im Seminar anstecken und begeistern.

Seminarinhalte:

- Unterschiede zu PowerPoint
- Unterschiedliche Prezi-Versionen
- Benutzeroberfläche
- Frames erstellen, positionieren und mit Inhalten füllen
- Gestaltungselemente einfügen und bearbeiten
- Importmöglichkeiten aus PowerPoint
- Einen Pfad erstellen und manipulieren
- Zusammenarbeiten im Team und online präsentieren
- Prezi ausdrucken

Erfolgreiches Recruiting und Personalmarketing mit Facebook, Google & Co.

Zielsetzung

Die Zeiten, in denen Unternehmen aus einer großen Auswahl an Bewerben wählen konnten sind lange vorbei. Es gestaltet sich immer schwieriger passende Fach-, Führungs- oder Nachwuchskräfte für das Unternehmen zu finden. Die Anforderungen ans Personalrecruiting haben sich in Zeiten des Social-Media-Booms komplett verändert. Insbesondere die Akquise von jungen Nachwuchskräften und Auszubildenden gestaltet sich in den klassischen Printmedien als schwierig. Entscheidend ist es, die neuen Mitarbeiter dort zu suchen, wo diese die meiste Zeit verbringen: im Web 2.0.

In diesem Tagesseminar lernen Sie Ihre Zielgruppe in den Social-Media zu lokalisieren, die passenden Portale / Netzwerke zu finden und Ihre potenziellen neuen Mitarbeiter aktiv anzusprechen.

Zusätzliche lernen Sie die Werbemöglichkeiten von Google und Facebook kennen, um Interessenten gezielt und mit geringen Streuverlusten auf Ihre Website zu führen.

Zielgruppe

Zielgruppe sind alle Unternehmer / Personaler, die die Social-Media nutzen möchten, um Personal zu rekrutieren und gleichzeitig als potentieller Arbeitgeber auf sich aufmerksam zu machen.

Inhalte des Seminars

- Personalsuche 2.0: Stellenanzeige war gestern.
Warum das Thema Social-Media für Personaler immer wichtiger wird
- Erfolgsstrategien für die Suche nach geeigneten Kandidaten und Top-Talenten im Web 2.0 kennenlernen und mit Beispielen aus der Praxis verdeutlichen
- Die richtigen Social-Media- und Onlineplattformen zur Personalsuche finden und optimal nutzen
- Gewählte Plattformen online aufbauen, bedienen und optimal pflegen
- Geeignete Kandidaten richtig und aktiv ansprechen
- Werbemöglichkeiten von Google (AdWords) und Facebook kennenlernen, um gezielt potenzielle Kandidaten auf die eigene Website zu führen (Einführung)

Google AdWords & Facebook:

Der socialisierte Kunde!

(Einsteiger)

Zielsetzung

- Welche Werbemöglichkeiten habe ich mit Google?
- Wie kann ich diese mit Facebook kombinieren?
- Wie maximiere ich den Erfolg und steigere den Umsatz?



Genau hier setzt der Dozent an und zeigt anhand praktischer Beispiele einen möglichen Weg zu mehr

Umsatz mit Google AdWords in Kombination mit Facebook. Denn häufig ist das Problem in einer mangelhaften Zielseite zu suchen. Der User fühlt sich nicht verstanden bzw. ist mit der Benutzerführung überfordert und verlässt frustriert die Homepage. Mit einer pfiffigen Facebook-Anbindung lässt sich eine bessere Benutzerführung erreichen, somit findet der User schneller zum Ziel und generiert Umsatz.

Denn nur gute Vorbereitung, perfekte Durchführung und eine relevante und „sociale“ Zielseite führen zu höheren Umsätzen und neuen Kunden.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Einsteiger, die Google als Werbepattform für sich entdecken und gleichzeitig das Zusammenspiel zwischen Google und Facebook kennenlernen möchten. Es werden keine Grundkenntnisse vorausgesetzt.

Inhalte des Seminars

- Was ist Google AdWords und wie funktioniert es
- Vorteile und Nutzen von Google AdWords
- Qualitätsfaktor verstehen und budgetschonend einsetzen
- Einsatzmöglichkeiten und regionale Ausrichtung einer Kampagne (z.B. 20 km im Nahbereich, OWL oder NRW usw.)
- Erstellung und Einrichtung eines Google AdWords-Kontos sowie Einweisung in die Benutzeroberfläche
- Finden, generieren und auswerten von verkaufstarken Keywords mit Hilfe von Google-Tools
- Erstellen passender Textanzeigen mit Berücksichtigung der gewählten Keywords
- Voraussetzungen für eine verkaufstarke Zielseite
- „Sociale“ Zielseite mit der Anbindung von Facebook planen, erstellen, optimieren und gleichzeitig Umsätze steigern
- Optimierungstipps für die Zielseite sowie für die allgemeine Suchmaschinenoptimierung

Einführung in Social-Media

- Was sind Social-Media und Web 2.0
- Welche Portale sind verfügbar und wichtig für ein Unternehmen
- Vor- und Nachteile im Web 2.0
- Möglichkeiten der Social-Media für Unternehmen
- Integrationsmöglichkeiten von Social-Media in die eigene Homepage sowie ins Unternehmen
- Werbemöglichkeiten im Social-Media auf Portalen wie beispielsweise Facebook, Twitter und YouTube
- Was ist Google+ und die Unterschiede zu Facebook
- Überwachen der Aktivitäten der Social-Media
- Aufzeigen von möglichen Tools, mit denen sich die Aktivitäten im Social-Web überwachen lassen
- Suchmaschinenoptimierung auf Facebook (Einführung)
- Rechtliche Besonderheiten auf Facebook

Facebook für Unternehmen

- Erstellen einer Fan-Page
- Profilbild richtig gestalten
- Erstellen einer Facebook URL
- Erstellen von Beiträgen
 - Arten von Beiträgen (Status, Meldung, Link, Video, Frage) und deren Vor- und Nachteile
 - Sichtbarkeit der Beiträge einstellen
 - Wie häufig posten?
- Welche Aktivitäten werden im Stream der Fans veröffentlicht
- Wie geht man mit Kritik auf Facebook um?
- Wie generiert man Fans für die eigene Fan-Page?
- Facebook, Twitter und YouTube verbinden
- Facebook und Suchmaschinenoptimierung
- Die erste Werbe-Kampagne auf Facebook starten
 - Anzeigearten auf Facebook kennenlernen und Unterschiede verstehen
 - Anzeigentitel, Grafik und Beschreibung definieren
 - Zielgruppe definieren
 - Soziale Reichweite aufbauen
 - Demografische Merkmale festlegen
 - Interessen definieren
 - Auswerten der User-Aktivitäten auf der Facebook Fan-Page (Statistiken)

Regionales Marketing auf dem Smartphone

Ihre Homepage und Social-Media auf dem Handy richtig einsetzen

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an alle Unternehmer und Marketingmitarbeiter, die den schnell wachsenden Smartphone-Markt für sich erschließen und dadurch neue Kunden gewinnen möchten. Ein besonderer Schwerpunkt wird hierbei auf dem regionalen Marketing liegen.

Zielsetzung

Ziel ist es, den TeilnehmerInnen die Möglichkeiten des regionalen Marketings auf dem Smartphone aufzuzeigen und sie dafür zu sensibilisieren. Mit Beispielen aus der Praxis wird den TeilnehmerInnen ein Grundlagewissen zu den einzelnen Tools / Techniken vermittelt. Darüber hinaus werden die Vor- und Nachteile von Social-Media und regionalem Marketing besprochen.

Inhalte des Seminars

- Was ist Social-Media und wie funktioniert es mobil bzw. regional?
- Wie optimiere ich meine Homepage für ein Handy?
- Welche Vorteile hat mobile Werbung für mein Unternehmen und wie kann ich sie nutzen?
- Welche Möglichkeiten bieten Portale wie Google, Facebook & Co. für regionales bzw. mobiles Marketing?
- Wie konfiguriere ich diese Portale?
- Welche Besonderheiten gibt es auf dem Handy bzw. im regionalen Marketing zu beachten?

Mit Adobe Acrobat (PDF) zum papierlosen Büro!

Zielsetzung

Die Zielsetzung ist es, Ihnen die vielfältigen und faszinierenden Möglichkeiten des PDF-Dokuments näher zu bringen. Diese gehen weit über das Ansehen und Ausdrucken von PDF-Dokumenten hinaus. Angefangen beim Digitalisieren, Verteilen und Auswerten von Papierformularen über das Erstellen ausfüllbarer PDF-Formulare bis hin zum Anreichern von PDF-Dokumenten mit unterschiedlichen Medien sowie Verpacken dieser in einem Portfolio, sind nur einige der wenigen Möglichkeiten. Selbstverständlich lernen Sie, wie das PDF-Dokument Sie bei der Zusammenarbeit mit Ihrem Team unterstützt. Das sichere Archivieren, Schwärzen, Indexieren, Schützen und Wiederfinden von Dokumenten, wird selbstverständlich auch besprochen.

Zielgruppe

Wenn Sie die große Vielfalt und die Möglichkeiten des PDF-Dokuments kennen lernen möchten, sind Sie in diesem Seminar genau richtig. Vorkenntnisse in Adobe Acrobat X oder früheren Versionen, werden nicht vorausgesetzt. Lediglich das PDF-Dokument sollte Ihnen nicht fremd sein.

Inhalte des Seminars

- Unterschiede zwischen Adobe Reader und Adobe Acrobat
- Die Oberfläche von Adobe Acrobat X
- Services und Möglichkeiten mit Acrobat.com
- PDF-Dokumente aus Microsoft Office Dokumenten, aus Browser und sonstigen Medien generieren
- PDF-Portfolio gekonnt einsetzen
- In einem PDF Dokument unterschiedliche Dokumente / Medien zusammenfassen und präsentieren
- PDF Dokumente mit zusätzlichen Inhalten / Medien anreichern
- Inhalte sicher im PDF Dokument schwärzen
- Inhalte aus PDF extrahieren und weiterverwenden
- Im PDF Dokument kommentieren und im Team zusammenarbeiten
- Papierformulare mit Adobe Acrobat digitalisieren, digital verteilen und Rückläufer (z.B. Umfragen) tabellarisch auswerten
- Grundlagen im Erstellen von ausfüllbaren PDF Dokumenten
- Papierdokumente digitalisieren und für eine schnelle Suche indexieren
- PDF Dokumente schützen
- Standards im Archivieren von Dokumenten beachten
- Automatisieren, optimieren und bereinigen
- Barrierefreiheit

Google AdWords-Seminar: Suchen Sie nicht neue Kunden sondern lassen Sie sich von Ihren Kunden finden!

Theoretischer Teil

- Vorteile und Nutzen von Google AdWords
- Qualitätsfaktor verstehen und budgetschonend einsetzen
- Einsatzmöglichkeiten und regionale Ausrichtung einer Kampagne (z.B. 20 km im Nahbereich, OWL oder NRW usw.)
- Erstellung und Einrichtung eines Google AdWords-Kontos sowie Einweisung in die Benutzeroberfläche
- Finden, generieren und auswerten von verkaufstarken Keywords mit Hilfe von Google-Tools
- Erstellen passender Textanzeigen mit Berücksichtigung der gewählten Keywords
- Voraussetzungen für eine verkaufstarke Zielseite
- Optimierungstipps für die Zielseite sowie für die allgemeine Suchmaschinenoptimierung

Praktischer Teil

- Kontoerstellung
- Recherchieren, auswählen und hinterlegen verkaufstarker Keywords im eigenen Konto für ein Produkt bzw. eine Dienstleistung
- Schreiben passender Anzeigen im eigenen Konto mit dem erworbenen Wissen
- Auswählen, anlegen und optimieren einer verkaufstarken Zielseite

Im „praktischen Teil“ bekommt jeder Teilnehmer ausreichend Zeit, um vorgegebene Aufgaben zu erledigen. Die Teilnehmer sollen erste Erfahrungen mit Google AdWords sammeln und das erworbene Wissen am eigenen Produkt festigen.

Die zeitliche Gestaltung jedes Seminars kann individuell abgestimmt werden.

30 Tage GRATIS Support

Jeder Teilnehmer bekommt einen 30 Tage Support kostenlos*. Durch den telefonischen Support werden die Teilnehmer mit offenen Fragen nicht alleine gelassen.

* Kostenloser Support wird ausschließlich telefonisch und auf das im Seminar erstellte Konto sowie die enthaltenen Kampagnen / Anzeigengruppen gewährt. Eine Neuerstellung von Kampagnen / Konten ist im Angebot nicht enthalten. Sonderleistungen werden auf Anfrage angeboten.