

Soziale Netzwerke im Internet gewinnbringend für das eigene Unternehmen nutzen

Web 2.0 gekonnt für das Marketing einsetzen

Viele Verkaufsexperten nutzen zunehmend Weblogs, Wikis und Twitter, insbesondere aber soziale Netze wie XING oder Facebook für das zielgruppengerechte Online-Marketing. Soziale Netze sind ebenfalls hervorragend dafür geeignet, unverfälschte Informationen über die Wünsche der Kunden zu bekommen. Man kann daraus vielversprechende Rückschlüsse für das kundenspezifische Marketing ziehen. Produktpräferenzen, die Außerdarstellung des eigenen Unternehmens und die Aktionen von Mitbewerbern kann man deutlich erkennen.

Was Sie in diesem Seminar erreichen

Sie erfahren, was Sie beim gewinnbringenden Einsatz von sozialen Netzwerken und anderen Web 2.0 Anwendungen, insbesondere im Marketing beachten sollten. Praktische Beispiele zeigen, welche vorteilhaften Einsatzmöglichkeiten des Web 2.0 und sozialer Netze es für erfolgreiches Online-Marketing und die Marktforschung gibt. Lernen Sie das moderne Web als Marketingwerkzeug und als umfangreiche Informationsquelle praktisch zu beherrschen sowie die gewonnenen Daten aussagekräftig auszuwerten. Sie werden in die Lage versetzt, Online-Marketing auf der Basis von Web 2.0 und sozialen Netzen für Ihr eigenes Unternehmen zu planen, zu steuern und neue Entwicklungen zu bewerten. Lernen Sie, mit Social Media Monitoring, Kundenwünschen auf die Spur zu kommen, die Wahrnehmung Ihrer Produkte in den Netzen sensibel zu erfahren und dabei Trends und Stimmungen mit Echtzeit-Marktforschung zu erkennen.

Zielgruppe

- **Führungskräfte und Interessierte aus allen Unternehmensbereichen, insbesondere Marketing, Vertrieb, IT, Web-Administration – z.B. Geschäftsführer, Marketingleiter, Produktmanager, Werbeleiter, Mitarbeiter aus Marketing und Werbung**

Inhalte

- **Soziale Netze und Web 2.0 im erfolgreichen Unternehmen – Einführung**
 - Was ist Online-Marktforschung und was sind dessen wichtigste Informationsquellen?
 - „Social Web“: Was ist das? Warum es Marketing und Unternehmenskommunikation grundlegend verändert
 - Facebook, YouTube, MySpace, XING, Social Bookmarking & Co: Welches die interessantesten Dienste und Netze sind und wie sie als Informationsquelle für die Marktforschung genutzt werden können
 - Social Media Optimization: Was ist beim Einsatz von Web 2.0-Diensten für das Online-Marketing praktisch zu beachten?
- **Zielgruppenspezifisches Online-Marketing mit Hilfe sozialer Netze**
 - Wer beteiligt sich an sozialen Netzen und was macht eine erfolgreiche Community aus?
 - Soziale Netze strategisch für das Marketing konzipieren und umsetzen
 - Der vernetzte Konsument ist mächtig:

Multiplikatoren für das virale Online-Marketing nutzen

• Online-Research: Web 2.0 als Informationsquelle

- Was ist Social Media Monitoring und wie lässt sich der Erfolg von viralem Marketing messen?
- Wie Sie Trends und Stimmungen mit Echtzeit-Marktforschung erkennen und mit Text Mining Kundenwünschen auf die Spur kommen
- Suche im Deep Web: Die Werkzeuge der Profis praktisch beherrschen lernen
- Trend-Radar und Kampagnen-Tracking: Wie kann man Aktivitäten der Mitbewerber erkennen?
- Was sind die wichtigsten Monitoring-Dienste, wie sind sie strategisch auszuwählen, zu bewerten und praktisch einzusetzen?

• Social Network Analysis: Online-Communities nutzen und bewerten

- Web 2.0 Business Networking: Wie Sie schnellen Zugang zu den richtigen Personen und Informationen finden
- Welche praktischen Methoden zur Analyse und Darstellung von Meinungs- und Kommunikationsnetzen gibt es und wie man sie im Unternehmen sicher einsetzen kann
- Meinungsführer und Multiplikatoren identifizieren
- Praktische Möglichkeiten, um relevante Daten einfach und automatisch aus den sozialen Netzen zu gewinnen

• Gruppenarbeit

- Netzwerke im Marketing einsetzen
- Entwickeln Sie im Workshop Ihr eigenes, soziales Netz

Methoden

- **Trainer-Input**
- **Gruppendiskussion**
- **Fallstudie**
- **Gruppenarbeit**

Das Seminar ist dialogorientiert und zeigt anhand vieler Beispiele aus der Praxis, welche Strategien beim Einsatz sozialer Netze für Marketing und Marktforschung erfolgversprechend sind. Praktische Übungen zur Einrichtung und Analyse sozialer Netze lassen jeden Schritt für alle Teilnehmer nachvollziehbar werden.



- **Trainer/Referent**
Prof. Dr.-Ing. Manfred Leisenberg

- **Dauer**
2 Tage

- **Beginn/Ende**
1. Tag 10:00 bis 18:00 Uhr
2. Tag 09:00 bis 17:00 Uhr

- **Termine/Orte**
 - 08. – 09. Oktober 2009
Nürnberg, Hilton Nuremberg
 - 22. – 23. April 2010
Frankfurt, Novotel Frankfurt City
 - 11. – 12. Oktober 2010
Köln, Novotel Köln City

- **Ihre Investition**
1.090 € (zzgl. MwSt.)

- **Code MA28**

- **Anmeldung/Informationen**
Internet www.naa.de
Telefon ++49.911.91 97 69-0
Fax ++49.911.91 97 69-20
(Anmeldefax hinten im Katalog)



Tandempreis

Bei gleichzeitiger Buchung mit dem Seminar „E-Mail, Newsletter, Blogs & Twitter – im B2B-Marketing erfolgreich kommunizieren“ investieren Sie nur 2.080 € (zzgl. MwSt.).

- **Inhouse-Seminar/Coaching**
Maßgeschneidert auf Ihren Bedarf.
Sprechen Sie mit uns! (vgl. Seite 23)

Trainer/Referent



Prof. Dr.-Ing. M. Leisenberg

Anmeldeformular NAA

Kopiervorlage (bitte kopieren, ausfüllen und faxen) oder einfach anmelden unter www.naa.de



Wir freuen uns über Ihre Anmeldung. Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung unter:
Telefon ++49.911.919769-0 • service@naa.de • www.naa.de

Fax ++49.911.919769-20

Seminar

Ich/Wir melde(n) mich/uns an

Einzelseminar

Tandemseminar

Seminartitel

Seminarcode

Termin/Ort

Teilnehmerdaten

Name, Vorname *

Position/Abteilung

Telefon/Fax *

E-Mail *

Firmenname *

Straße *

PLZ/Ort *

Branche

Rechnungsadresse (falls von Teilnehmeradresse abweichend)

Firmenname

Abteilung/interner Verrechnungscode

Straße

PLZ/Ort

Ansprechpartner bei Rückfragen

Name, Vorname *

Position/Abteilung

Telefon/E-Mail

Hotelbuchung

Bitte buchen Sie mir/uns ein Einzelzimmer Doppelzimmer Anreise nach 18 Uhr

Einzelseminar von _____ bis _____

Tandemseminar von _____ bis _____

Ich organisiere mich selbst und benötige KEINE Hotelbuchung durch Sie.

Ja, ich möchte den monatlich erscheinenden NAA-Newsletter abonnieren. E-Mail: _____

Bitte senden Sie mir ein weiteres Katalogexemplar zu.

Bitte senden Sie Ihren Katalog auch an:

Name, Vorname

Funktion

E-Mail

Telefon

Firmenname

Straße

PLZ/Ort

Mit meiner Anmeldung akzeptiere ich die AGB der NAA

Datum

Unterschrift/Stempel

* verbindliche Angaben

NAA Nürnberg Akademie für Absatzwirtschaft GmbH • Erlenstegenstraße 7 • 90491 Nürnberg

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

A. Allgemeine Bedingungen:

§1. Geltung unserer Geschäftsbedingungen

§1.1. Die Geschäftsbedingungen der Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft haben ausschließende Gültigkeit. Ergänzungen und Änderungen der Vertragsbedingungen bedürfen der Schriftform. Abweichende Bedingungen des Vertragspartners erkennen wir nicht an, es sei denn, wir haben der Geltung schriftlich ausdrücklich zugestimmt.

§1.2. Unsere Geschäftsbedingungen gelten auch für alle künftigen Geschäfte mit dem Vertragspartner.

§2. Vertragsschluss

Bestellungen und Anmeldungen durch den Vertragspartner, die über unsere Website zustande kommen, sind bindende Angebote. Die Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft ist berechtigt, das Angebot des Vertragspartners innerhalb von zwei Wochen durch Zusendung einer Auftragsbestätigung per E-Mail, per Post oder per Fax anzunehmen. Mit Zugang der Auftrags- oder Anmeldebestätigung beim Vertragspartner kommt der Vertrag zwischen NAA und dem Vertragspartner zustande.

§3. Schlussbestimmungen

§3.1. Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland. Die Regelungen des internationalen UN-Kaufrechtes finden keine Anwendung.

§3.2. Gerichtsstand für alle Verpflichtungen und Streitigkeiten ist - soweit rechtlich zulässig - Nürnberg, Firmensitz der Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft.

Auch wenn die im Klageweg in Anspruch zu nehmende Vertragspartei nach Vertragsabschluss ihren Wohnsitz oder ihren gewöhnlichen Aufenthaltsort aus dem Geltungsbereich der Zivilprozessordnung verlegt oder ihr Wohnsitz oder gewöhnlicher Aufenthalt zum Zeitpunkt der Klageerhebung nicht bekannt ist, ist der Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem Vertragsverhältnis Nürnberg.

§3.3. Sollten einzelne Bestimmungen des Vertrages mit dem Vertragspartner einschließlich dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so wird dadurch die Gültigkeit der übrigen Regelungen nicht berührt. Die ganze oder teilweise unwirksame Regelung soll dann durch eine Regelung ersetzt werden, die der unwirksamen in ihren wirtschaftlichen Konsequenzen möglichst nahe kommt.

B. Seminare und Veranstaltungen:

§1. In den Seminargebühren sind folgende Leistungen enthalten: Praxisnahe und kompetente Referenten, umfangreiche Teilnehmerunterlagen, Teilnehmerzertifikat, Mittagessen, Pausengetränke und ein alkoholfreies Frischgetränk zum Mittagessen.

Nicht im Preis enthalten sind hingegen Übernachtungskosten, Parkgebühren, Frühstück und Abendessen. Diese müssen direkt mit dem Hotel abgerechnet werden.

§2. Der Rechnungsbetrag wird 14 Tage nach Rechnungsstellung fällig. Sollte die Anmeldung kurzfristig (weniger als 14 Tage vor Beginn) erfolgen, muss der Rechnungsausgleich in jedem Falle vor Antritt des Seminars erfolgt sein.

Die NAA ist berechtigt, den Teilnehmer auszuschließen, wenn sie ihn nach Ablauf der jeweiligen Zahlungsfrist eine Nachfrist zur Zahlung gesetzt und erklärt hat, dass sie dem Teilnehmer nach erfolglosem Ablauf der Nachfrist vom Seminar bzw. Studium ausschließt. Bei Zahlungsverzug werden - der gesetzlichen

Regelung entsprechend - 5% Verzugszinsen über dem jeweils aktuellen Basiszinssatz verlangt und berechnet.

§3. Rücktrittsregelung und Vertragsaufhebung bei Seminaren:

Die NAA ist bis spätestens 2 Wochen vor Beginn des vom Teilnehmer gewählten Programms berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten, wenn sie die Veranstaltung wegen ungenügender Teilnehmerzahl nicht durchführen kann. Selbiges gilt bei einer Verhinderung des Trainers bzw. Veranstaltungsleiters aus wichtigem Grund. Weitergehende Ansprüche des Teilnehmers sind ausgeschlossen.

Nach der rechtsverbindlichen Anmeldung zu Veranstaltungen oder Seminaren können Stornierungen oder Umbuchungen bis 35 Tage vor Beginn gegen eine Bearbeitungsgebühr von 120 Euro vorgenommen werden. Bei Stornierungen oder Umbuchungen weniger als 35 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die Seminar- oder Studiengebühr in voller Höhe fällig. Wird ein Ersatzteilnehmer angemeldet, entstehen keine zusätzlichen Kosten. Stornierungen und Umbuchungen des Teilnehmers müssen schriftlich erfolgen.

§4. Geringfügige Änderungen in den Inhalten und der Zeitdauer des Studiums bzw. Seminars bleiben vorbehalten. Sie berechtigen den Teilnehmer nicht zur Vertragskündigung. Sollten Trainer ihre Teilnahme absagen müssen, bemüht sich die NAA um eine Verschiebung der Veranstaltung oder einen geeigneten Ersatzreferenten. Eine weitergehende Haftung der NAA ist ausgeschlossen.

§5. Urheberrecht

Alle Urheberrechte bleiben vorbehalten, NAA oder berechtigte Dritte behalten sich alle Veröffentlichungs-, Vervielfältigungs-, Bearbeitungs- und Verwertungsrechte an den Inhalten von Veranstaltungen, insbesondere den ausgegebenen Arbeitsunterlagen in schriftlicher, wie auch in digitalisierter Form ausdrücklich vor. Bei Zuwiderhandlungen ist durch den Vertragspartner gegebenenfalls Schadensersatz zu leisten.

§6. Datenschutz/ Angaben des Anmelders

§6.1. Anmelder müssen ihre korrekten Adressdaten angeben. Im Falle der Missachtung behält sich die NAA vor, rechtliche Schritte in die Wege zu leiten.

§6.2. Personenbezogene Daten werden gespeichert und unter strikter Beachtung der geltenden Datenschutzvorschriften verarbeitet und genutzt. Wir wahren den Grundsatz, personenbezogene Daten nicht zu verkaufen, zu vermieten oder auf andere Weise verfügbar zu machen. Wir versichern, dass Ihre Daten mit Sorgfalt behandelt und nur für Zwecke des mit dem Vertragspartner geschlossenen Vertrages oder eigene Werbezwecke genutzt werden. Durch die Anmeldung erklärt sich der Kunde mit der Speicherung seiner Daten einverstanden.