

## Fachinput Social Media

Der moderne Mensch verbringt einen großen Teil seiner Zeit im Internet und in den sozialen Medien. Allein Facebook hat über mehr als eine Milliarde Nutzer. So ist Social Media Marketing in vielen Unternehmen bereits ein fester Bestandteil des Marketingkonzepts.

Social Media machen es möglich, klassische Marketingmonologe der alten Werbewelt durch soziale Dialoge zu ersetzen. Jeder kann teilnehmen und jeder kennt viele andere, die mehr auf seinen Rat hören als auf den einer unbekannt Person aus der Werbung. Das macht u. a. den Erfolg von persönlichen (Video-)Blogs aus. Und die Nutzer\*innen sozialer Mediennetzwerke tragen wesentlich zum Erfolg oder Misserfolg von Unternehmen, Produkten und Marken bei. Und das Beste daran: Diese Ressourcen zu nutzen, braucht es keine üppigen Finanztats, sondern nur das richtige Gewusst-wie!



**Und so läuft es ab:** In dem zweistündigen Fachinput mit max. 15 Teilnehmer\*innen verschaffen wir uns zunächst einen Überblick über die komplexe Welt der sozialen Medien. Wir beschäftigen uns damit, was sind die aktuellen Trends der Social Media und wo welche Zielgruppen anzutreffen sind. Auch Zeitaufwand und hilfreiche Tools zum Social Media Management werden Themen sein.

**Ziel der Veranstaltung ist,** die Chancen und Hürden für den Einsatz von Social Media für ihre geschäftlichen Ziele besser einschätzen zu können und die Basis für ein gelungenes Social Media Marketing zu legen.



**Referentin:**

Ilona Orthwein, grad. Sozialwissenschaftlerin Kauffrau und Betriebswirtin war zwölf Jahre im internationalen Bankgeschäft tätig, ehe sie sich als Unternehmens- und Organisationsberaterin mit den Schwerpunkten Finanzierung, Marketing und Betriebsorganisation selbstständig machte. Seit 2012 beschäftigt sie sich intensiv mit dem Thema Crowdfunding als Alternativfinanzierung, wozu sie u. a. ein Fachbuch geschrieben hat: Crowdfunding – Grundlagen und Strategien für Kapitalsuchende und Geldgeber“, Igel Verlag, Hamburg (ISBN 978-3-95485-102-7).