



Rheinisch-Westfälische Genossenschaftsakademie • Raiffeisenstr. 10-16 • 51503 Rösrath

An die
Kreditgenossenschaften

Rundschreiben A206/2015
Ansprechpartner Sven Langner
Abteilung Vertrieb-Training-
Coaching
Telefon 0251 7186-8412
Mail Sven.Langner@rwgv.de

Forsbach, 06.08.2015



Modul VC8012, Modul 8013, Modul 8014
Social Media – Ihr professioneller Auftritt bei Facebook, YouTube, Xing und Co.
Praxisseminare für Mitarbeiter im medialen Vertrieb, Presse-/Öffentlichkeitsarbeit,
Unternehmenskommunikation, Marketing

Sehr geehrte Damen und Herren,

40 Prozent der Bevölkerung nutzen soziale Netzwerke. Also auch 40% der Bankkunden. Die Präsenz im Social Web ist für Genossenschaftsbanken somit nicht nur ein nettes Marketing-Gimmick, sondern das Instrument einer neuen Kundenkommunikation: knapper, schneller, humorvoller – und kritischer.

Ihre RWGA unterstützt Sie gemeinsam mit den Experten der VR Network GmbH bei der Planung und Umsetzung einer professionellen Social Media Strategie. Und das genau abgestimmt auf die individuellen Vorkenntnisse der verantwortlichen Mitarbeiter.

Schauen Sie sich die Übersicht an. Die Seminare bauen aufeinander auf. Idealerweise besuchen Sie die ganze Reihe, dann haben Sie das Wissen, um vor Ort sofort loslegen zu können.



Social Media Marketing



Die Inhaltbeschreibungen finden Sie in den Anlagen.

Haben Sie Fragen? Ich freue mich auf Ihren Anruf. (Sven Langner, Tel. 0251.7186-8412 oder per Mail: Sven.Langner@rwgv.de)

Mit freundlichen Grüßen

Rheinisch-Westfälische Genossenschaftsakademie

gez. Manfred Schlösser

gez. Sven Langner

Noch ein Hinweis: Um Raum für Ihre Fragen und Anliegen zu schaffen, ist die Teilnehmerzahl auf 12 Personen begrenzt. Melden Sie sich jetzt an.



VC8012 Social Media - Bedeutung, Anwendungsfelder, Nutzen

ZIELGRUPPE	Mitarbeiter im medialen Vertrieb, Presse-/Öffentlichkeitsarbeit, Unternehmenskommunikation, Marketing
IHR NUTZEN	Im Anschluss an den Seminartag kennen Sie die Möglichkeiten und Instrumente im Social Media Marketing. Sie können die Relevanz des Themas für Ihr Haus einschätzen. Sie sehen, wie andere Genossenschaftsbanken Social Media nutzen. Sie partizipieren an deren Erfahrungen und können erste Maßnahmen für Ihr Haus ableiten. Sie sind darüber hinaus selber in der Lage Social Media privat oder dienstlich zu nutzen.
INHALT	<p>Soziale Netzwerke haben das Kommunikationsverhalten maßgeblich verändert. Kunden bewegen sich vermehrt im Netz. Sie bewerten und diskutieren über Produkte und Dienstleistungen. Dabei ist es nicht immer einfach, Facebook, Twitter, und Co. im Blick zu behalten. Für Unternehmen und Banken ist dies jedoch unerlässlich. Denn es stehen entscheidende Fragen im Raum. „Wie positionieren wir uns richtig?“ und „Welche Maßnahmen passen zu unserer Bank?“</p> <ol style="list-style-type: none">1. Was ist Social Media? Aktuelle Entwicklungen und Trends2. Relevanz von Social Media für Unternehmen3. Welche Social Media Plattformen gibt es?4. Anwendungsfelder und Nutzung von Social Media Plattformen für eine Genossenschaftsbank5. Social Media in der Praxis: Best- und Worst-Cases6. Tipps und Tricks bei der Social Media Nutzung (privat und beruflich)
TERMIN/ORT	26.10.2015 RWGA Forsbach
DOZENT	Marco Sticka, Senior Berater Social Media, VR-NetWorld GmbH
IHRE INVESTITION	330 EUR zzgl. Bewirtungs- und Übernachtungskosten



VC8013 Social Media Marketing: Strategie und Konzeption

ZIELGRUPPE	Mitarbeiter im medialen Vertrieb, Presse-/Öffentlichkeitsarbeit, Unternehmenskommunikation, Marketing
IHR NUTZEN	Sie erfahren, wie Sie unter Berücksichtigung der strategischen Grundpositionierung der Bank, eine Entscheidung zum Umgang mit Social Media treffen. Sie wissen, welche organisatorischen Rahmenbedingungen geschaffen werden müssen. Tipps und Tricks zum Start eigener Aktivitäten sowie viele Praxisbeispiele befähigen Sie, Social Media erfolgreich in Ihrer Bank zu etablieren.
INHALT	<p>Erfolgreichen Social Media Aktivitäten liegt immer eine umfassende Strategie zugrunde. So gilt es zu klären, welche Ziele mit Social Media verfolgt werden sollen, welche Plattformen für diese Ziele geeignet sind und wie die Organisation innerhalb Ihrer Bank zu regeln ist. Wichtig ist es, hier den Überblick zu behalten, klare Zuständigkeiten vorzuweisen und Social Media als festen Bestandteil Ihrer Bank zu etablieren. Der erfolgreiche Start bedarf einer grundlegenden Planung.</p> <p>Der Weg zur Social Media Strategie</p> <ol style="list-style-type: none">1. Einfluss auf die Unternehmenskultur2. Entwicklung und Umsetzung einer Social Media Strategie3. Organisation und Rahmenbedingungen schaffen4. Definition von Kennzahlen zur Erfolgsmessung5. Konkrete Inhalte und Aktivitäten platzieren
TERMIN/ORT	27.10.2015 RWGA Forsbach
DOZENT	Marco Sticka, Senior Berater Social Media, VR-NetWorld GmbH
IHRE INVESTITION	330 EUR zzgl. Bewirtungs- und Übernachtungskosten



VC8014 Social Media Marketing: Planung und Umsetzung

ZIELGRUPPE	Mitarbeiter im medialen Vertrieb, Presse-/Öffentlichkeitsarbeit, Unternehmenskommunikation, Marketing
IHR NUTZEN	<p>Mit dem Start von Social Media Aktivitäten ist ein erster wichtiger Schritt getan. Aber auch der laufende Betrieb erfordert Planung und regelmäßige Aktivitäten. Wichtig ist es, hier den Überblick zu behalten, klare Zuständigkeiten vorzuweisen und Social Media als festen Bestandteil Ihrer Bank zu etablieren.</p> <p>Im Anschluss an das Seminar sind Sie in der Lage, Social Media erfolgreich in der Bank zu etablieren. Sie nutzen die Möglichkeiten der Instrumente professionell und entwickeln die Aktivitäten ständig weiter.</p>
INHALT	<ol style="list-style-type: none">1. Von der Strategie zur Umsetzung2. Grundfunktionen ausgewählter Plattformen: Aufbau, Anwendungen, Zielgruppen, Zieldefinitionen3. Einen Redaktionsplan erarbeiten4. Social Media Content erstellen5. Dialog und Kommunikation in Social Media6. Rechtliche Fallstricke vermeiden, Monitoring und Krisensituationen beherrschen7. Kampagnen und Aktionen im Bereich Social Media gestalten, inklusive Praxisbeispiele8. Erfolge definieren, messen und ausbauen
TERMIN/ORT	28.10. - 29.10.2015 RWGA Forsbach
TRAINER	Benjamin Küster, Content-Manager, VR-NetWorld
IHRE INVESTITION	660 EUR zzgl. der Bewirtungs- und Übernachtungskosten