Social-Media-Plattformen verstehen und professionell nutzen

KURZBESCHREIBUNG

Facebook, Instagram, YouTube, X (vormals Twitter), Snapchat - Social Media hat seine eigenen Gesetze für die Formatentwicklung: Welche Inhalte passen für welche Plattform? Was funktioniert gut, was verbreitet sich? Anhand von Best Practice und Ihren eigenen Inhalten erarbeiten Sie Mechaniken, die auf den für Sie passenden Plattformen funktionieren. Sie entwickeln Ideen für Inhalte, mit denen Sie Mehrwert für Ihre Marke schaffen und Sie können in Zukunft die Relevanz unterschiedlicher Plattformen im Allgemeinen und für Ihre eigene Arbeit besser einschätzen. Vor dem Kurs können Sie uns die für Sie wichtigen Plattformen, Erfahrungen und Beispiele Ihrer Arbeit nennen. So können wir das Seminar besser an den Bedürfnissen der Gruppe ausrichten.

IHR NUTZEN

Sie verstehen Charakteristika, die wesentlichen Treiber für Engagement und die Entwicklungen der gängigen Social-Media-Plattformen.

Sie können den Erfolg von Social-Media-Inhalten unkompliziert messen und daraus Schlüsse ziehen.

Sie verstehen, wofür sie Social Media programmbegleitend oder eigenständig einsetzen können - und was die Grenzen sind.

Sie lernen, wie Sie Social Media Zahlen auswerten und nutzen können.

SCHWERPUNKT

Die Schwerpunkte des Seminars liegen bei der Analyse von Praxisbeispielen und der Entwicklung eigener Social Media (Teil-) Strategien.

ZIELGRUPPE

Mitarbeiter*innen aus allen Programmbereichen, Print, Kommunikation und Marketing

THEMEN

Wie relevant sind YouTube, Facebook, Instagram, X (vormals Twitter) und eventuell weitere Plattformen - Allgemein und für Ihre Arbeit?

Best-Practice-Beispiele gemeinsam erarbeiten und verstehen.

Was triggert Engagement?

Was und wie oft sollte ich veröffentlichen?

Nutzerorientierung, Prototyping und Testing.

Was sind No-Gos?

Analytics: Wie kann man den Erfolg von Social Media messen und den Wert von Social Media mit Zahlen belegen?

LEHRMETHODEN

Fallanalysen, Impulsvorträge, Prototyping und Testing

TERMINE

Aktuell sind keine Termine verfügbar.

INHALTLICH VERANTWORTLICH

Simone Stoffers
E-Mail: s.stoffers@ard-zdf-medienakademie.de
Telefon: +49 511 123598-537

KUNDENSERVICE

Leila Schug
E-Mail: kundenservice@ard-zdf-medienakademie.de
Telefon: 0049 911 9619-262

SEMINARNUMMER

54 213