

Kursstart alle 4 Wochen

Brand Marketing und Digitale Kommunikation 4.0

Der Kurs führt dich in das Thema Brand Marketing ein und zeigt dir wichtige Strategien für ein erfolgreiches Markenmanagement sowie die Markenkommunikation und den Einsatz Künstlicher Intelligenz in diesem Bereich. Du lernst das Influencer Marketing sowie das Kommunikations- und Beschwerdemanagement näher kennen.



Abschlussart

Zertifikat „Brand Marketing“

Zertifikat „Digitale Kommunikation 4.0“



Abschlussprüfung

Praxisbezogene Projektarbeiten mit Abschlusspräsentationen



Dauer

8 Wochen



Unterrichtszeiten

Montag bis Freitag von 08:30 bis 15:35 Uhr

(in Wochen mit Feiertagen von 8:30 bis 17:10 Uhr)



Nächste Kursstarts

27.05.2024

24.06.2024

22.07.2024

LEHRGANGSZIEL

Nach diesem Lehrgang weißt du, wie eine Marke aufgebaut wird und was eine erfolgreiche und zielgerichtete Markenkommunikation ausmacht. Du lernst dabei unterschiedliche Faktoren und Kanäle, wie beispielsweise das Influencer Marketing, kennen. Nach dem Kurs kannst du außerdem den Erfolg einer Marke mithilfe unterschiedlicher Tools messbar machen.

Du erlangst außerdem Sicherheit im Umgang mit Kundschaft und kennst die Basics von Kommunikation im digitalen Zeitalter mit traditionellen und modernen Kommunikationsmitteln wie E-Mail und Videokonferenzen. Des Weiteren bist du in der Lage, mit Beschwerden umzugehen, diese zu bearbeiten und so die Kundenzufriedenheit zu optimieren. Du kannst Beschwerdemanagementsysteme konzipieren und weißt, dass hierbei der Fokus auf der Steigerung der Kundenorientierung liegt.

ZIELGRUPPE

Dieser Lehrgang richtet sich an Personen aus den Bereichen Marketing, Kommunikation oder Social Media und an alle, die im Marketing beruflich Fuß fassen oder ihr Unternehmen erfolgreich vermarkten möchten. Der Kurs ist auch für Quereinsteiger:innen, z. B. aus technischen Berufen, geeignet.

Dieser Kurs richtet sich zudem an alle Personen, zu deren täglichem Aufgabenfeld der Kontakt mit Kundschaft gehört oder deren Aufgabenbereich sich mit externer Kommunikation befasst.

BERUFSAUSSICHTEN

Brand Marketing Manager:innen sind in Unternehmen aller Größen gesucht und auf dem Arbeitsmarkt stark nachgefragt. Für Betriebe ist es immer wichtig, ein gutes Image aufrechtzuerhalten und die Marke sowie die Entwicklung und Umsetzung von Werbemaßnahmen kontinuierlich und gewissenhaft zu pflegen.

Zusätzlich erwirbst du Kenntnisse im direkten Umgang mit Kunden.

Dein aussagekräftiges Zertifikat gibt detaillierten Einblick in deine erworbenen Qualifikationen und verbessert deine beruflichen Chancen.

LEHRGANGSINHALTE

BRAND MARKETING

Brand Building (ca. 3 Tage)

Definition des Markenbegriffs

Zieldefinition

Zielgruppenanalyse, Customer Insights

Customer Experience (CX)

Brand Values

Brand Personality

Positionierung

Rechtliche Grundlagen (ca. 1 Tag)

Markenanmeldung

Markenüberwachung in digitalen Medien

Ansprüche bei Markenverletzungen

Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess

Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld

Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

Digital Branding (ca. 3 Tage)

Auswahl der richtigen Kanäle

Online Marketing Mix

Customer Journey

Personas erstellen

Touchpoint-Management

Brand Communication (ca. 3 Tage)

Content Marketing
Agendasetting und Storytelling
Emotionalisierung
User Generated Content
Lovestorm und Shitstorm
Markenkommunikation mit Chats

Influencer Marketing (ca. 2 Tage)

Wirkungsfaktor von Influencer Marketing
Kriterien für Markenbotschafter:innen
Bewerten von Reichweite
Mikro- vs. Makroinfluencer
Vertragsgestaltung
Produktion
Kennzeichnungspflichten

Erfolgsmessung (ca. 3 Tage)

Bekanntheit
Markentreue
Wahrgenommene Qualität
Branding KPI
Monitoring Tools

Projektarbeit (ca. 5 Tage)

Zur Vertiefung der gelernten Inhalte
Präsentation der Projektergebnisse

DIGITALE KOMMUNIKATION 4.0

Kundenkommunikation im digitalen Zeitalter

Grundlagen der Kommunikation (ca. 1,5 Tage)

Kommunikationsebenen
Kommunikationsmodelle
Bedeutung und Besonderheiten der Kommunikation
Customer Experience (CX)
Kanäle der Kundenkommunikation
Interaktivität und Partizipation
Always On
Datenintegration
Internationalisierung
Digitale Generation
Unternehmenskommunikation

Digitalisierung im Arbeitsalltag (ca. 1 Tag)

Gesellschaft und Politik
Industrie und Handel
New Work
Medienmanagement
Digitales Lernen inkl. Lernformen
Vernetzte Arbeitswelten/Kollaboratives Arbeiten
Medien- und Urheberrecht
Mensch-Technik-Interaktion
Was ist „Agilität“?

Digitale Technologien (ca. 1 Tag)

Big Data – Die „9V“, Ziele der Datensammlung
Verwendung von Big Data, Best Practices
Internet of Things (IoT), vernetzte Dinge
IoE, Big Data und Cloud Computing
Connectivity
Künstliche Intelligenz, Algorithmen
Nanobots – Anwendung in der Praxis
Customer Centricity – Kundennutzen im Fokus
Virtual Reality, Augmented Reality
Bitcoins, Blockchain

Digitale Vertriebskanäle (ca. 1 Tag)

Bedeutung und Struktur des E-Commerce
Verträge aus dem Online-Vertrieb abwickeln
Online-Vertriebskanal auswählen und einsetzen
Waren- oder Dienstleistungssortiment mitgestalten und online bewirtschaften

Datenschutz innerhalb digitaler Kommunikation (ca. 1 Tag)

Unterschiede Datenschutz und Datensicherheit
Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)
Umgang mit personenbezogenen Daten
Technische und organisatorische Maßnahmen (TOMs)
Verschlüsselung von Daten

Künstliche Intelligenz (KI) im Arbeitsprozess

Vorstellung von konkreten KI-Technologien im beruflichen Umfeld
Anwendungsmöglichkeiten und Praxis-Übungen

E-Mails im digitalen Zeitalter (ca. 2 Tage)

Mediumauswahl für den schriftlichen Kundenkontakt orientiert an den Kundenbedürfnissen
Geschäftsbriefe und E-Mails
Die kundenorientierte E-Mail
Formulierungen
Richtigen Schriftstil wählen
Schnellbausteine
Spam-Filter

Videokonferenzen (ca. 2 Tage)

Was ist digitale Rhetorik?
Vorbereitung auf Online-Meetings
Methoden und Tools für erfolgreiche Online-Meetings
Der Schlüssel zum Erfolg für Ihre Online-Meetings
Vorgehensweisen und Stolperfallen im Online-Call
Technische Rahmenbedingungen
Videokonferenz-Softwareanbieter

Verhalten in Telefon- und Videokonferenzen (ca. 1,5 Tage)

Eigenschaften der Kommunikation am Telefon
Die Bedeutung der Körpersprache, Einfluss der Stimme, Sprachwahl sowie Mimik und Gestik
Wahrnehmung der Atmung, Stimmlage, Artikulation und Körperhaltung sowie des persönlichen Empfindens
Aktives Zuhören
Souveränität und Kompetenz ausstrahlen
Serviceorientierte Begrüßung, erfolgreiche und aktive Gesprächsführung
Einladung, Vor- und Nachbereitung

Kundenorientierte Telefonate führen (ca. 1,5 Tage)

Aufbau und Struktur eines Telefonates
Definition und Umsetzung von Gesprächszielen
Die erfolgreiche und aktive Gesprächsführung
Lösungsorientierte Gesprächsführung
Verabschiedung am Ende des Gesprächs
Weiterleitung eines Gesprächs
Vor- und Nachbereitung sowie Protokollierung eines Telefonates
Maßnahmen bei Drohungen/Angriffen

Konfliktmanagement (ca. 0,5 Tage)

Ursachen eines Konflikts
Konfliktmodelle
Kommunikationshindernisse
Stadien der Konfliktbearbeitung
Rollen innerhalb der Konfliktbearbeitung

Projektarbeit (ca. 2 Tage)

Zur Vertiefung der gelernten Inhalte
Präsentation der Projektergebnisse

Beschwerdemanagement

Einführung in das Beschwerdemanagement (ca. 1 Tag)

Beschwerden als Chancen für das Unternehmen
Ursachen und Arten von Beschwerden
Verstehen des Kundenverhaltens
Beschwerdemanagementsysteme

Psychologie der Beschwerde (ca. 1 Tag)

Eisbergtheorie
Beziehungsebenen
Bedürfnis-Pyramide nach Maslow

Reaktion auf Beschwerden (ca. 0,5 Tage)

Deuten von Beschwerden und Wünschen
Ton- und Stimmlage
Schlüsselfaktoren

Bearbeitung von Beschwerden (ca. 1 Tag)

Grundregeln von Reklamationen
Schriftliche Reklamationen bearbeiten
Ablauf eines Beschwerdegespräches

Deeskalationsstrategien (ca. 0,5 Tage)

Projektarbeit (ca. 1 Tag)

Zur Vertiefung der gelernten Inhalte
Präsentation der Projektergebnisse

UNTERRICHTSKONZEPT

Didaktisches Konzept

Deine Dozierenden sind sowohl fachlich als auch didaktisch hoch qualifiziert und werden dich vom ersten bis zum letzten Tag unterrichten (kein Selbstlernsystem).

Du lernst in effektiven Kleingruppen. Die Kurse bestehen in der Regel aus 6 bis 25 Teilnehmenden. Der allgemeine Unterricht wird in allen Kursmodulen durch zahlreiche praxisbezogene Übungen ergänzt. Die Übungsphase ist ein wichtiger Bestandteil des Unterrichts, denn in dieser Zeit verarbeitest du das neu Erlernte und erlangst Sicherheit und Routine in der Anwendung. Im letzten Abschnitt des Lehrgangs findet eine Projektarbeit, eine Fallstudie oder eine Abschlussprüfung statt.

Virtueller Klassenraum alfaview®

Der Unterricht findet über die moderne Videotechnik alfaview® statt - entweder bequem von zu Hause oder bei uns im Bildungszentrum. Über alfaview® kann sich der gesamte Kurs face-to-face sehen, in lippensynchroner Sprachqualität miteinander kommunizieren und an gemeinsamen Projekten arbeiten. Du kannst selbstverständlich auch deine zugeschalteten Trainer:innen jederzeit live sehen, mit diesen sprechen und du wirst während der gesamten Kursdauer von deinen Dozierenden in Echtzeit unterrichtet. Der Unterricht ist kein E-Learning, sondern echter Live-Präsenzunterricht über Videotechnik.

FÖRDERMÖGLICHKEITEN

Die Lehrgänge bei alfatraining werden von der Agentur für Arbeit gefördert und sind nach der Zulassungsverordnung AZAV zertifiziert. Bei der Einreichung eines Bildungsgutscheines oder eines Aktivierungs- und Vermittlungsgutscheines werden in der Regel die gesamten Lehrgangskosten von deiner Förderstelle übernommen. Eine Förderung ist auch über den Europäischen Sozialfonds (ESF), die Deutsche Rentenversicherung (DRV) oder über regionale Förderprogramme möglich. Als Zeitsoldat:in besteht die Möglichkeit, Weiterbildungen über den Berufsförderungsdienst (BFD) zu besuchen. Auch Firmen können ihre Mitarbeiter:innen über eine Förderung der Agentur für Arbeit (Qualifizierungschancengesetz) qualifizieren lassen.

- ① Änderungen möglich. Die Lehrgangsinhalte werden regelmäßig aktualisiert. Die aktuellen Lehrgangsinhalte findest Du immer unter www.alfatraining.de.