Informationen

Datum und Zeit
Montag, 29. Juni 2020, 9.00 bis 18.00 Uhr
Dienstag, 30. Juni 2020, 9.00 bis 18.00 Uhr

Tagungsort
Heinrich-Böll-Stiftung, Schumannstraße 8, 10117 Berlin

Verkehrsanbindung
S- und U-Bahnhof Friedrichstraße: ca. 5 Min. Fußweg

Anmeldung
Das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Website unter **greencampus.boell.de/de/workshop-spezial**
Anmeldefrist ist der 28. Mai 2020.

Teilnehmendenzahl: 8–14 Personen

Technik
Bitte eigenen Laptop mitbringen – WLAN kostenfrei vorhanden.

Seminarbeitrag
Für die Seminarteilnahme (inklusive Materialien und Verpflegung) ist folgender Beitrag zu leisten:

- 300 € für Organisationen/Unternehmen
- 240 € für Privatzahlende
- 180 € für Studierende, Auszubildende, ALG-Empfänger/innen, Geringverdienende

Die Teilnahmegebühr ist gegen Rechnung zu bezahlen.

Stornierung
Ihre Stornierung muss schriftlich erfolgen. Bei einer Stornierung nach dem 28. Mai 2019 kann der Seminarbeitrag nur rückerstattet werden, wenn Sie eine/n Ersatzteilnehmer/in benennen.

HEINRICH BÖLL STIFTUNG
greencampus

GreenCampus ist die Weiterbildungsakademie der Heinrich-Böll-Stiftung und ihrer Landesstiftungen und bietet Weiterbildungs- und Qualifizierungsangebote insbesondere in den Kernbereichen Politikmanagement, politische Personalentwicklung sowie Gender und Diversity Management an.

GreenCampus in der Heinrich-Böll-Stiftung
Schumannstraße 8, 10117 Berlin
Tel.: 030 285 34-156 | Fax: 030 285 34-109
info@greencampus.de | www.greencampus.de

Abonniert unseren Newsletter:
www.greencampus.de

Folgt uns auch in den sozialen Medien:

facebook.com/greencampus.boellstiftung

@GreenCampusDE

GreenCampus ist zertifiziert nach LQW 3
(Lernorientierte Qualitätstestierung in der Weiterbildung)

HEINRICH BÖLL STIFTUNG
greencampus

WORKSHOP SPEZIAL

Online-Kommunikation
Strategien für Facebook und Instagram

29./30. Juni 2020
Berlin

Mit Nicola Schmidt

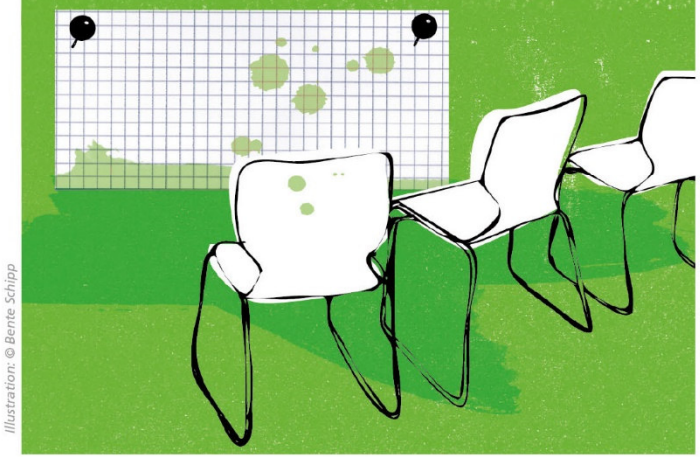

Illustration: © Bente Schipp

Online-Kommunikation Strategien für Facebook und Instagram

Social-Media-Plattformen wie Instagram und Facebook gehören mittlerweile zu den wichtigsten Kanälen, um Themen in der Öffentlichkeit zu platzieren. Sie bieten die Chance, das eigene Publikum und neue Zielgruppen sehr unmittelbar, schnell und mit verschiedenen Medien zu erreichen. Doch wo genau, mit wem und mit welchem Aufwand macht Kommunikation im Web 2.0 für die eigene Organisation Sinn? Notwendig für die erfolgreiche Nutzung von Social Media ist eine auf das jeweilige Projekt zugeschnittene Strategie. Vor allem Instagram rückt seit dem Kauf durch Facebook immer stärker in den Fokus der Nutzer/innen. Doch was funktioniert hier - und was nicht?

In diesem Workshop lernen die Teilnehmenden in vielfältigen Übungen, welche Kommunikationsbedürfnisse ihre Zielgruppen mitbringen und wie sie diese Nutzerinnen und Nutzer erreichen. Außerdem besprechen wir, wann soziale Medien als Kommunikationskanal sinnvoll sind – und wann eher nicht. Wir lernen, welche Nutzer wir wie erreichen und wo Facebook und Instagram sich ähneln – und wo sie ganz anders sind. Dazu werden die Einsatzmöglichkeiten und Hintergründe der Plattformen vorgestellt. Ziel ist es, die Teilnehmenden in die Lage zu versetzen, ihre Social-Media-Aktivitäten strategisch anzugehen, gute Texte zu schreiben, sinnvolle Ziele zu formulieren und deren Erreichung zu messen.

Programm

Montag, 29. Juni 2019

9.00–10.30 Uhr
- Vorstellung & Erwartungen
- Einführung in das Thema
- Social Media als „globales Gespräch“

10.30–10.45 Uhr Kaffeepause

10.45–12.00 Uhr
- Beispiele für Kommunikation in Social Media: Facebook und Twitter
- Best Practices bei Stiftungen, Vereinen und NGOs

12.00–13.00 Uhr Mittagessen

13.00–14.30 Uhr
- Übung: Themen finden
- Übung: Kanäle definieren
- Welcher Kanal für welche Nachricht?
- Welche Nachricht für welche Zielgruppe?

14.30–14.45 Uhr Kaffeepause

14.45–16.30 Uhr
- Online-Videos – was geht?
- Facebook-Algorithmen – was wir wissen müssen
- Übung: Schreibpraxis – Tweet, FB-Nachricht u.a.

16.30–16.45 Uhr Kaffeepause

16.45–18.00 Uhr
- Ergebnisse zusammentragen und besprechen
- Schlussrunde des Tages

Dienstag, 30. Juni 2019

09.00–10.30 Uhr
- Begrüßung
- Fragen von gestern
- Welcher Social Media-Typ bin ich?
- Welcher Social Media-Typ ist meine Zielgruppe?

10.30–10.45 Uhr Kaffeepause

10.45–12.00 Uhr
- Verschiedene Strategien für Social Media
- Beispielkampagne
- Kleine Helfer – Tools für Social Media

12.00–13.00 Uhr Mittagessen

13.00–14.30 Uhr
- Wie definiert man Ziele?
- Wie spricht man Nutzer/innen richtig an?
- Was ist ein Call-to-Action?

14.30–14.45 Uhr Kaffeepause

14.45–16.30 Uhr
- Erarbeitung von eigenen Kampagnen (Gruppenaufgabe)

16.30–16.45 Uhr Kaffeepause

16.45–18.00 Uhr
- Zusammentragen von Ergebnissen
- Fazit und Schlussrunde

Unsere Trainerin

Nicola Schmidt
Nicola Schmidt, Politologin, ist seit 2005 als selbstständige Journalistin, Trainerin und Dozentin tätig. Zuvor war sie angestellte Redakteurin einer Computerzeitschrift, hat eine Schauspielausbildung absolviert und als Web-TV-Moderatorin vor der Kamera gestanden.