

*Von Lifestyle bis Tech,
von Mega bis Nano*

Influence me!

Influencer machen Meinungen – und erzielen oft ein Vielfaches der eigenen Reichweite. Außerdem schaffen sie es, Produkte und Services kreativ & ansprechend zu inszenieren und zu kommunizieren.

Kooperationen mit Unternehmen sind erwünscht:

- ▶ Wann & wie die Zusammenarbeit mit Influencern Sinn macht
- ▶ Best & Worst Practice des Influencer Marketings
- ▶ Setzen Sie Ihre Projekte mit Influencern um und steigern Sie Ihre Reichweite!



Mag.^a (FH)
Daniela Terbu

Ihr Nutzen

- Sie erfahren, warum und wann die Zusammenarbeit mit Influencern Sinn macht.
- Für welche Kommunikationsziele sich Influencer-Projekte eignen und
- wie die Zusammenarbeit zielführend aufgesetzt wird

Wichtig für

- PR-Verantwortliche
- Kommunikationsbeauftragte
- Social Media ManagerInnen
- ProduktmanagerInnen
- MarketingleiterInnen
- MarketingmitarbeiterInnen

Seminarinhalt

Grundlagen des Influencer Marketings

Sie hören, wie das Phänomen Influencer entstanden ist, warum bzw. wann die Zusammenarbeit mit ihnen Sinn macht und welche Arten von Influencern es überhaupt gibt.

- Was zeichnet Influencer aus?
- Für welche Unternehmensziele ist Influencer Marketing geeignet
- Arten von Influencern: von Lifestyle bis Tech, von Mega bis Nano
- Die wichtigsten Plattformen der Influencer: Instagram, YouTube, Blogs

Best & Worst Practice

Aus Fehlern lernt man, daher gibt es bei uns nicht nur Best Practice zu sehen, sondern auch einige Beispiele von nicht so erfolgreichen 160 Kooperationen.

- Events mit Influencern
- Social Web Kooperationen (Fokus: Instagram & YouTube)
- langfristige vs. kurzfristige Deals

Projekte mit Influencern umsetzen

Wie setzt man ein Influencer-Projekt in der Praxis auf, welche Budgets sind nötig, wie beurteilt man die Seriosität ihrer Accounts und welche Kennzahlen müssen Sie verstehen?

- Do's & Dont's in der Zusammenarbeit mit Influencern
- Mediakits von Influencern: welche Kennzahlen sind wichtig und wie interpretiert man sie?
- Budgetplanung
- Vereinbarungen treffen und vertraglich regeln
- Kennzeichnung von Werbung
- Messen: wann kann die Zusammenarbeit als „erfolgreich“ betitelt werden?

Ihre Referentin

Mag.^a (FH) Daniela Terbu hat sich als digitale Kommunikationsmanagerin erfolgreich in Österreich etabliert. Nach einigen Stationen als Online Kommunikatorin (z.B. T-Mobile) nutzt sie seit knapp 10 Jahren ihre Erfahrungen, um Unternehmen wie z.B. Barilla, die Akademie der bildenden Künste oder Merck Sharp Dohme im Bereich Social Media & Digitale Kommunikation zu beraten und tatkräftig zu unterstützen.

Sie ist außerdem Co-Gründerin der größten deutschsprachigen Foodblogger-Konferenz und Mitgründerin des erfolgreichsten Foodblogs Österreichs, Die Frühstückerrinnen. Sie war selbst Influencerin und hat erfolgreiche Influencerprojekte für Kunden geleitet.

Termine

Freitag, 19. März 2021

oder

Freitag, 8. Oktober 2021

jeweils

8:45 Uhr technischer Check

Online-Seminar von 9:00 bis 13:00 Uhr

Pausen nach Vereinbarung

Seminar mit ZOOM



Um ein intensives Training zu gewährleisten, ist die Anzahl der TeilnehmerInnen **mit 12 Personen begrenzt**. Wir empfehlen Ihnen eine rasche Anmeldung.



Seminargebühr (exkl. 20 % MWSt.)

€ 410,- pro Person

€ 380,- für Mitglieder im Forum Vertrieb



Anmeldung

per E-Mail an anmeldung@opwz.com oder über das Online-Formular unter www.opwz.com

Rücktritt

Bis zu einer Woche vor Seminarbeginn können Sie kostenlos schriftlich stornieren. Danach werden 50 % der Seminargebühr verrechnet, ab dem Seminarbeginn ist die volle Seminargebühr zu bezahlen. Selbstverständlich ist eine Vertretung der angemeldeten Person ohne Zusatzkosten möglich.

Information

zur Organisation: Customer Service, +43 1 533 86 36-26
zum Inhalt: Bibiane Sibera, +43 1 533 86 36-56
bibiane.sibera@opwz.com

Mit Ihrer Anmeldung akzeptieren Sie die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des ÖPWZ (www.opwz.com/agnb). Die ÖPWZ-Datenschutzerklärung finden Sie auf www.opwz.com/datenschutz.