

WORKSHOPS

SOCIAL MEDIA • SEO • VIDEO

WORKSHOP-MODULE

TR3M® bietet Workshops zu Social Media, SEO und Video an. Dabei stehen jeweils bis zu fünf Lerneinheiten (Module) zur Auswahl. Sie können jedes Modul einzeln buchen oder mehrere Module kombinieren.



STRATEGIE

- Erfolgreiche Strategien für alle Plattformen
- Zielgruppen, Ziele, Formate, Inhalte festlegen
- Kosten ermitteln und Ressourcen planen



PRAXIS

- Nützliche Praxistipps für alle Plattformen
- Texte, Bilder und Videos professionell gestalten
- Digitale Strategie effizienter umsetzen



WERBUNG

- Kampagnen mit kleinem Budget planen
- Werbeformate wirkungsvoll gestalten
- Nutzergruppen gezielt ansprechen



ANALYTICS

- Tools zur Erfolgsmessung effizient einsetzen
- KPI festlegen, Ergebnisse gezielt aufarbeiten
- Handlungsempfehlungen ableiten & vermitteln



EVALUATION

- Online-Kommunikation analysieren
- Optimierungspotenzial gezielt ermitteln
- Digitale Strategie flexibel anpassen

KOMPAKT-BERATUNG FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE



Sie haben nur wenig Zeit - und brauchen Überblickswissen, um Zukunftsentscheidungen zu treffen, Ressourcen und Arbeitsabläufe zu evaluieren und zu planen? Die Kompakt-Beratungen zu Social Media, SEO und Video sind speziell auf den Bedarf von Führungskräften abgestimmt:

- Umfassend informiert in 120 Minuten
- Strategisch wichtiges Überblickswissen
- Klarer betriebswirtschaftlicher Bezug

IHRE VORTEILE

In meinen Workshops stehen Sie im Zentrum: Ihre Fragen, Probleme, Interessen - und das Ziel, Ihnen Wissen in angenehmer Atmosphäre kompakt und verständlich zu vermitteln. Deshalb gilt für alle TR3M®-Workshops:

- Individuelle Abstimmung auf Ihren Bedarf
- Schriftliches Angebot mit Ablaufskizze
- Durchführung am Ort Ihrer Wahl
- Kurzvorträge zur Einführung ins Thema
- Einsatz von Beispielen mit Bezug zu Ihrem Unternehmen
- Lösungsorientierter Austausch innerhalb der Gruppe
- Konkrete Handlungsempfehlungen und Praxistransfer
- Umfangreiche Link-Sammlung zum Nachlesen
- Workshop-Ergebnisse als PDF
- Auf Wunsch Nachbereitung per Telefonkonferenz

ÜBER MICH

THOMAS ROSS,
Inhaber von TR3M®



Als Berater, Trainer und Projektbegleiter unterstütze ich Unternehmen seit 2014, ihre Geschäftsziele mit digitaler Kommunikation besser zu erreichen. Meine Schwerpunkte sind Social Media, Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Video-Marketing.

Ich habe mehr als 25 Jahre als Redakteur und Journalist in den Bereichen Print, Online, Fernsehen und Social Media gearbeitet. Dabei konzentrierte ich mich bereits früh auf den digitalen Wandel in Medien und Kommunikation und berichtete praxisorientiert über diese Themen.

Dank meines 2008 erfolgreich abgeschlossenen, berufsbegleitenden BWL-Studiums sind mir auch die betriebswirtschaftlichen Aspekte der Digitalisierung vertraut. Ich achte darauf, dass Sie Ihre Ressourcen effizient einsetzen und Ihre Digitalstrategie eine messbare Wirkung erzielt.



ERFOLGREICH KOMMUNIZIEREN

Über Social Media gezielt Kunden und Fachkräfte ansprechen: Die TR3M[®]-Workshops zeigen, wie Sie geeignete Plattformen auswählen, wirksame Texte, Fotos und Videos günstig produzieren, effizient Werbung schalten und den Erfolg mit Analytics erhöhen. Sie können Workshops aus jeder Lerneinheit (Modul) einzeln buchen oder Workshops aus verschiedenen Modulen kombinieren.

Social-Media-Strategie: Plattformspezifisch planen

- Besonderheiten der Plattformen
- Kommunikations-Strategie entwerfen
- Reichweite und Resonanz steigern

Erfolg per Social Media erfordert eine klare Strategie. Der Workshop klärt die Grundlagen: Welche Plattform passt zu Ihren Zielen? Welche Themen und Formate sind geeignet? Mit welchen Kennzahlen (KPI) misst man den Erfolg? Und welche Ressourcen, Strukturen und Arbeitsabläufe muss Ihre Firma organisieren?

Fotos, Videoclips & GIFs gezielt einsetzen

- Produktions-Strategien für kleine Budgets
- Wirkungsvolle Inhalte und Formate
- Optimierung für Smartphones

Bilder wirken oft stärker als Texte – aber was ist bei ihrem Einsatz in Social Media zu beachten? Was zeichnet packende Fotos und Videoclips aus – und was sollte ein animiertes Bild (GIF) ausdrücken? Wie lassen sich die „visuellen Snacks“ möglichst günstig produzieren – und so gestalten, dass sie auch auf dem Smartphone funktionieren? Der Workshop vermittelt erfolgreiche Strategien.

Arbeitgeber-Marketing über LinkedIn und XING

- Strategien zur Präsentation des Unternehmens
- Seiten und Stellenanzeigen professionell gestalten
- Mitarbeiter wirkungsvoll einbeziehen

In Business-Netzwerken wie LinkedIn und XING stellen sich Jobsuchende und Fachleute vor – aber auch Unternehmen. Welche Vor- und Nachteile haben die Portale? Wie präsentiert man dort erfolgreich seine Firma, etwa um Fachkräfte zu gewinnen? Wie bezieht man Mitarbeiter in die Strategie mit ein? Und welchen Rahmen sollte man dabei vorgeben, etwa durch Social-Media-Guidelines?

NEU LinkedIn-Strategien für Corporate Influencer

- Profil und Netzwerk optimieren
- Inhalte strategisch wählen
- Beiträge wirkungsvoll gestalten

Corporate Influencer, die bei LinkedIn über ihre Arbeit berichten und sich so als Experte etablieren, brauchen eine klare Strategie. Welche Themen sind geeignet? Wie sollte man sein Profil präsentieren – und baut gezielt ein Netzwerk auf? Wie plant und gestaltet man seine Beiträge? Der Workshop zeigt Wege, die zum Erfolg führen.



Wirkungsvolle Themen für Social Media finden

- Welche Themen kommen an?
- Eigene Formate entwickeln
- Texte und Bilder professionell gestalten

Sie posten fleißig Beiträge in Social Media, aber kaum einer reagiert darauf – und Ihnen gehen die Ideen aus? Das lässt sich ändern! Im Praxis-Workshop erkunden wir gemeinsam neue Themenfelder: Was verspricht hohe Reichweiten? Und welche Form ist in welchem Kontext besser geeignet – Text, Bild oder Video?

PRAXIS

Krisen-Management für Social Media

- Shitstorms professionell bewältigen
- Negativem Feedback vorbeugen
- Gefahren rechtzeitig erkennen

Wie bekommt man Wut- und Hass-Kommentare in den Griff – und wie beugt man ihnen vor? Der Workshop klärt an praktischen Beispielen, wie Sie drohende Shitstorms schnell erkennen, durch passende Kommunikation verhindern und im Krisenfall bewältigen.



NEU Social-Media-Beiträge kostensparend produzieren

- Ziele, Plattformen und Tools realistisch evaluieren
- Zielführende Formate und Methoden einsetzen
- Ressourceneinsatz und Arbeitsabläufe optimieren

Wie produziert man Social-Media-Beiträge effektiv und günstig? Der Workshop vermittelt Praxistipps: Wie evaluiert man die bisherige Praxis und ermittelt Kostenfallen? Welche Ziele sind realistisch? Welche Formate und Inhalte sind für mehrere Plattformen geeignet bzw. leicht anzupassen? Wie organisiert man die Arbeitsabläufe und arbeitet mit knappen Ressourcen?

WERBUNG

Effizient in Social Media werben: Grundlagen

- Kampagnen für kleine Budgets
- Zielgruppen strategisch eingrenzen
- Wirkungsvolle Werbeformate

Eigene Beiträge lassen sich in sozialen Netzwerken gezielt als Anzeige an einzelne Nutzergruppen ausspielen. Aber wie baut man Kampagnen auf und grenzt die Zielgruppen ein (Targeting)? Welche Themen und Formate versprechen Erfolg? Und wie funktionieren die Werbeanzeigenmanager der Plattformen? Der Workshop klärt die Grundlagen.



NEU Effizient in Social Media werben: Expertenwissen

- Zielgruppen mehrfach ansprechen
- Werbeformate per A/B-Test optimieren
- Kosten senken

Sie schalten bereits Werbung in sozialen Netzwerken und möchten (potenzielle) Kunden noch effektiver erreichen? Der Workshop zeigt, wie Sie gezielt neue Interessenten gewinnen und mehrfach ansprechen (Retargeting). Welche Werbeformate sind in unterschiedlichen Kampagnenphasen optimal? Wie steigert man den Erfolg mit A/B-Tests – und senkt so die Kosten?

Social-Media-Analytics: Grundlagen

- Wichtige Begriffe und Methoden verstehen
- Geeignete Ziele und Kennzahlen festlegen
- Ergebnisse auswerten und aufarbeiten

Wie erfolgreich sind Social-Media-Kampagnen? Der Workshop vermittelt die Grundlagen der Erfolgsmessung: Was bedeuten Begriffe wie „Dimension“, „Metrik“ und „Segmentierung“? Wie legt man Ziele sinnvoll fest? Welche Leistungskennzahlen (KPI) sind wichtig, um den Strategieerfolg zu beurteilen? Und: Wie interpretiert man die Ergebnisse und bereitet sie verständlich auf?



NEU Social-Media-Analytics: Expertenwissen

- Strategie und Inhalte datengestützt optimieren
- Erkenntnisse durch Datensegmentierung erweitern
- Wirkungsvolles Reporting mit Dashboards

Mit Analytics die Social-Media-Strategie optimieren: Wie lassen sich einzelne Nutzergruppen durch Datensegmentierung präzise analysieren und Zielgruppen besser erreichen? Was bedeuten die Ergebnisse für die Auswahl der Themen und die Aufbereitung der Inhalte? Und wie vermittelt man sie so, dass alle Mitarbeiter sie verstehen und umsetzen?

Social-Media-Strategie bewerten und optimieren

- Analyse Ihrer Kanäle
- Optimierungspotenzial ermitteln
- Strategie und Ziele anpassen

Teilen oder kommentieren nur wenige Nutzer Ihre Beiträge auf Social-Media-Plattformen? Der Praxis-Workshop zeigt, wie Sie die Wirksamkeit Ihrer Strategie überprüfen und sie an Ihre Zielgruppen anpassen: Er vermittelt konkrete Ideen, wie Sie mit Texten, Bildern und Videos mehr Resonanz erzielen.





BEI GOOGLE PUNKTEN

Weit oben bei Google erscheinen: Die TR3M[®]-Workshops vermitteln, wie Sie dafür eine Strategie entwickeln, die Website Ihres Unternehmens für die Suchmaschine optimieren (SEO), per Analytics den Erfolg steigern – und zielgenau bei Google werben. Sie können Workshops aus jeder Lerneinheit (Modul) einzeln buchen oder Workshops aus verschiedenen Modulen kombinieren.

STRATEGIE

SEO-Strategie: Google-Platzierung verbessern

- Grundprinzipien der Google-Optimierung (SEO)
- Realistische SEO-Strategie entwickeln
- Tipps aus der SEO-Praxis

Weit oben bei Google erscheinen: Das ist ein wichtiges Ziel im Online-Marketing. Aber was bestimmt das Google-Ranking? Welche Ziele sind erreichbar? Der Workshop fasst die wichtigsten Erkenntnisse der Suchmaschinenoptimierung (SEO) verständlich zusammen und gibt Tipps zur Anpassung Ihrer Webseite an die Google-Anforderungen.



PRAXIS

Neue SEO-Ideen für die Webseite entwickeln

- Google-Platzierung verbessern
- SEO-relevante Themen identifizieren
- Texte, Bilder und Videos optimieren

Bei Suchanfragen per Google wird Ihre Firma kaum gefunden, weil Ihre Website erst weit unten in der Liste erscheint? Das lässt sich ändern! Gemeinsam erarbeiten wir ein Konzept, mit dem Sie Themen, Sprache und Gestaltung der Seite gezielt an die Google-Anforderungen anpassen.



WERBUNG

Effizient bei Google werben: Grundlagen

- Kampagnen für kleine Budgets
- Zielgruppen strategisch eingrenzen
- Wirkungsvolle Werbeformate

Anzeigen in Suchergebnissen, Banner auf Partner-Seiten: Google bietet viele Möglichkeiten, Kunden zu gewinnen – und Analytics-Tools für die Erfolgskontrolle. Wie baut man Kampagnen per Google Ads auf und grenzt die Zielgruppen ein (Targeting)? Wie optimiert man die Werbeeinhalte und Anzeigenformate für diese Gruppen? Der Workshop klärt die Grundlagen.

NEU Effizient bei Google werben: Expertenwissen

- Qualitätsfaktor der Anzeigen erhöhen
- Zielgruppen mehrfach und besser ansprechen
- Werbeformate per A/B-Test optimieren

Sie schalten bereits Werbung bei Google und wollen Ihre Zielgruppen besser erreichen? Der Workshop vermittelt erfolgreiche Strategien: Wie erhöht man die Relevanz der Anzeigen für die Leser („Qualitätsfaktor“) und senkt so die Kosten? Wie richtet man sie stärker auf die Zielgruppen aus – und spricht diese per Remarketing mehrfach an? Und: Welche Werbeformate sind in den einzelnen Kampagnenphasen optimal? Wie steigert man ihren Erfolg mit A/B-Tests?



Google Analytics: Grundlagen

- Google Analytics verstehen, einrichten und anpassen
- Ziele und Kennzahlen fürs Web festlegen
- Ergebnisse aufarbeiten und Web-Strategie optimieren

Wie erfolgreich sind Ihre Webseite und Werbekampagnen im Netz? Mit Google Analytics lässt sich das präzise ermitteln. Der Workshop vermittelt Basiswissen: Welche Funktionen bietet das Tool? Wie passt man die Auswertungen an und legt geeignete Leistungskennzahlen (KPI) fest? Was bedeuten die Ergebnisse für die Web-Strategie? Und wie arbeitet man sie verständlich auf?



NEU Google Analytics: Expertenwissen

- Web-Strategie und Inhalte datengestützt optimieren
- Nutzergruppen durch Datensegmentierung analysieren
- Wirkungsvolles Reporting mit Dashboards

Mit Google Analytics die Web-Strategie optimieren: Wie unterstützt Datensegmentierung die Nutzergruppen-Analyse? Wie erstellt man maßgeschneiderte Auswertungen von Vorlieben und Verhalten der Nutzer auf der Website? Wie optimiert man Struktur und Inhalte der Seite und Kampagnen, um Zielgruppen besser zu erreichen? Und wie vermittelt man die Erkenntnisse effizient im Betrieb?

SEO-Strategie bewerten und optimieren

- Analyse Ihrer Kanäle
- Optimierungspotenzial ermitteln
- Strategie und Ziele anpassen

Sie setzen Ihre SEO-Strategie konsequent um, doch in den Google-Suchergebnissen rutscht Ihre Webseite immer weiter nach unten? Das liegt oft an neuen Google-Regeln. Der Workshop klärt, ob Ihre Website noch den aktuellen SEO-Anforderungen entspricht – und welche Elemente Sie anpassen sollten.





MIT BEWEGTBILD ÜBERZEUGEN

Video-Marketing – aber richtig: In den TR3M[®]-Workshops erfahren Sie, welche Anforderungen YouTube, Instagram & Co. stellen, welche Themen und Formate wirken, wie Sie Dramaturgie und Storytelling optimieren – und Videos günstig produzieren. Sie können Workshops aus jeder Lerneinheit (Modul) einzeln buchen oder Workshops aus verschiedenen Modulen kombinieren.

Video-Strategie: Clips plattformgerecht gestalten

- Anforderungen der einzelnen Plattformen
- Passende Themen und Formate finden
- Reichweite und Sehdauer erhöhen

Videos wirken – wenn sie für die jeweilige Plattform optimiert sind. Was sollten Unternehmen wo veröffentlichen? Welche Anforderungen stellt jeder Kanal an Gestaltung, Inhalt und Vermarktung von Videos? Wie erzielt man eine höhere Reichweite? Und wie entwickelt man eine zielführende Gesamtstrategie – und organisiert ihre Umsetzung?

NEU YouTube-Strategie: SEO, Dramaturgie, Formate

- Videoclips für die YouTube-Suche optimieren
- Erfolgreiche Themen, Formate und Dramaturgien
- Günstig produzieren – auch fürs Smartphone

YouTube-Videos werden teils jahrelang abgerufen – eine ideale Marketing-Chance. Doch wie entwickelt man dafür eine erfolgreiche Strategie und hält die Kosten gering? Was sollte man im Haus produzieren und was mit einer Agentur? Welche Themen, Formate und Dramaturgien sind zielführend? Und wie erreicht man, dass Clips auch bei allgemeinen Suchanfragen oben erscheinen (SEO)?

NEU Instagram Stories konzipieren und optimieren

- Erfolgreiche Story-Formate
- Strategie entwickeln
- Stories mit Analytics verbessern

Instagram Stories lassen sich erfolgreich für PR und Marketing einsetzen: Die „Tagebücher“ aus Fotos, Hochformat-Videos und Animationen fürs Smartphone sind voll im Trend. Welche Story-Formate kommen gut an? Was muss man beim Posten beachten? Und wie ermittelt man mit Analytics-Tools, in welcher Weise man die Stories und die Gesamtstrategie anpassen sollte?



Videos für Social Media produzieren: Praxistipps

- Wirkungsvolle Videos konzipieren
- Themen und Formate optimieren
- Dramaturgie für Clips und Stories

Klassische PR-Filme werden auf Social-Media-Plattformen meist einfach weggescrollt. Aber welche Filmformate und Themen haben dort Erfolg, werden häufig geteilt – und bis zum Schluss angesehen? Der Workshop zeigt, wie Sie mit günstig produzierten Clips und Stories Ihre Reichweite steigern.



Videos für YouTube produzieren: Praxistipps

- Wirkungsvolle Videos konzipieren
- Themen und Formate optimieren
- Tipps zur Dramaturgie

Welche Themen und Formate haben bei YouTube die größten Erfolgchancen? Wie gestaltet man z. B. ein Tutorial oder ein Testimonial? Und wie erhöht man die Sehdauer durch eine wirkungsvolle Dramaturgie? Das zeigt der Workshop an praktischen Beispielen – gerne auch aus Ihrem Unternehmen.

Video-Analytics: Grundlagen

- Wichtige Begriffe und Methoden verstehen
- Ziele und Kennzahlen festlegen und auswerten
- Ergebnisse aufarbeiten und Video-Strategie anpassen

Wie erfolgreich sind Ihre YouTube-Videos, Social-Media-Clips und Instagram-Videos im Story-Format? Wie gut erreichen sie Ihre Zielgruppen? Der Workshop vermittelt die analytischen Grundlagen für den Videobereich: Welche Methoden und Leistungskennzahlen (KPI) sind zielführend? Wie funktioniert die Auswertung? Was sagen die Zahlen aus? Und was bedeuten sie für die Video-Strategie?



NEU Video-Analytics: Expertenwissen

- Video-Strategie und -Inhalte datengestützt optimieren
- Erkenntnisse durch Datensegmentierung erweitern
- Wirkungsvolles Reporting mit Dashboards

Mit Analytics die Video-Strategie optimieren: Wie erfasst man präzise, welche Nutzergruppen die Clips anschauen – und wie ihr Sehverhalten ist? Wann springen sie z. B. ab? Der Workshop zeigt, wie Sie das ermitteln – und Aufbau, Dramaturgie und Länge der Clips zielgerecht anpassen. Außerdem: Wie vermitteln Sie die Erkenntnisse effizient ans Video-Team oder die externe Produktionsagentur?

Video-Strategie bewerten und optimieren

- Analyse der Wirksamkeit Ihrer Videos
- Optimierungspotenzial ermitteln
- Strategie und Ziele anpassen

Wirken Ihre Videos bei Instagram, YouTube & Co. noch frisch und überraschend? Und passen sie zum jeweiligen Kanal? Wir nehmen Ihre Filme unter die Lupe: Was lässt sich verbessern? Sind Änderungen an der Strategie, am Konzept oder an der Dramaturgie nötig?

