

Programm: Social Media-Strategie-Tag

Tag	Uhrzeit	Ablauf
9.00 – 17.00 Uhr	9.00–9.30 Uhr	<p>Willkommensgruß, Vorstellung des Trainers</p> <p>Präsentation: Programm und Ziele des Workshops</p> <p>Übung: Vorstellung der Teilnehmer und ihrer Erwartungen</p>
	9.30–11.00 Uhr	<p>Nachrichten als Unterhaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation: Veränderungen des Konsumverhaltens der Menschen gegenüber Nachrichten heutzutage. Veränderung der Beschäftigung der Menschen mit Nachrichten-Marken. Der Aufstieg digitaler Plattformen und ihr Einfluss auf Konsum von Nachrichten, Kreation und Distribution. • Analyse und Diskussion anhand von Fallbeispielen: Distributed Content-Strategien von BuzzFeed, the New York Times und der Washington Post. • Übung: Entwicklung eines Gerüsts für die Auswahl der Distributed-Content-Strategie für Ihre Marke
	11.00–11.30 Uhr	Kaffeepause
	11.30–13.00 Uhr	<p>Soziale Netzwerke / Communities: Bedarf finden</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übung: Aufbau eines sozialen Netzwerkes vor Ort • Präsentation: Wie funktionieren digitale Plattformen tatsächlich? Was macht facebook und andere soziale Medien in der Vermittlung von Nachrichten so erfolgreich und was unterscheidet sie von „alten“ Medien? • Übung / Teamarbeit: Abbildung von sozialen Netzwerken und Communities innerhalb Ihres Publikums. Aufbau von Hierarchien der Bedürfnisse der verschiedenen Communities.

Tag	Uhrzeit	Ablauf
	13.00–14.00 Uhr	Mittagspause
	14.00–15.30 Uhr	<p>Audience Engagement: Ideenfindung, Prototyp und Testphase</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation: Neue Social Media Nutzenversprechen. Vorstellung der Entwicklung von neuen sozialen Produkten unter Verwendung der Design Thinking Methode– basierend auf den bewährtesten Verfahren des Silicon Valley. • Übung / Teamarbeit: Brainstorming zu neuen Produkten (aufbauend auf den zuvor definierten Nischen für das Publikum und ihren Herausforderungen). • Übung / Teamarbeit: Entwicklung eines Prototyps und Testen verschiedener Lösungen.
	15.30–16.00 Uhr	Kaffeepause
	16.00–17.00 Uhr	<p>Audience Engagement: Prototyp und Testphase</p> <ul style="list-style-type: none"> • Übung / Teamarbeit: Elevator pitches der Prototypen • Präsentation: Struktur der „Engagement Ladder“ für Nachrichtenmedien. „The Objectives and Key Results“-Gerüst, welches im Silicon Valley verwendet wird, um Zielsetzungen und Ergebnisse zu definieren und zu beobachten. • Diskussion: Erfahrungen, Erkenntnisse und neue Ideen der Teams
	17.00 Uhr	Ende des Workshops