



Social Media Marketing

Stefan Joss

Projektleiter Online Marketing

Kurzbiographie

Seit über 10 Jahren im Online-Marketing. Seit 3 Jahren bei Digital Sense als Projektleiter tätig – betreut ca. 20 Kunden ganzheitlich. Sein Schwerpunkt ist Social Media. Den Ausgleich zum Arbeitsalltag genießt Stefan Joss beim Tennisspielen. Sofern die Zeit reicht, liebt er es, in der schönen Natur zu sein. Zum Beispiel trifft man Stefan beim Wandern oder Biken an. Sein digitales Know-how eignete er sich in verschiedenen Branchen an. Dies hilft ihm bei der täglichen Arbeit, seinen Kunden immer einen Mehrwert für ihren digitalen Auftritt zu bieten.

www.digitalsense.ch | www.tourismusconsult.ch | <https://www.linkedin.com/in/stefanjoss/>

Kurstage

12., 13., 21., 27. Oktober und 11. November 2022

Zielgruppe: Social Media Manager / Online Marketing Manager / Content Creator

Inhalt

Die Teilnehmenden erhalten eine kurze Übersicht der wichtigsten Social-Media-Kanäle mit aussagekräftigen Beispielen aus der Praxis. Nach der Erstellung der Inhalte setzen sie eine Facebook-Instagram-Kampagne mit dem Werbeanzeigemanager um, inklusive Einrichtung von Meta-Pixel und Conversions. Schlussendlich wird die aufgesetzte Kampagne analysiert, die wichtigsten KPIs werden vorgestellt und Optimierungsmöglichkeiten besprochen.

Ziel

Die Teilnehmenden erarbeiten sich viel Praxiswissen im Social Media Marketing. Sie lernen unter anderem eine Kampagne aufzusetzen, wie Facebook-Pixel mit dem Google Tag Manager eingerichtet werden und wie Ereignisse für Conversion-Kampagnen zum Laufen kommen. Daneben werden die wichtigsten Kennzahlen und deren Interpretation vermittelt.

Tag 1, 9.00 – 12.30 Uhr

Start-Up mit Stefan Joss.
Einführung in den Facebook-Business-Manager, Vorstellung der wichtigsten Social-Media-Kanäle. Zielgruppenbestimmung anhand von Personas.

Tag 2 und 3, 9.00 – 12.30 Uhr

Content Creation mit Patrick Frank und Alexander Bartels.
Aufgabenstellung und Ideenfindung. Beim nachfolgenden Pitch werden zwei Themen für die nachfolgende Kampagne ausgewählt. In Gruppen werden die notwendigen Bilder, Videos und Texte für die Content-Sets produziert.

Tag 4, 9.00 – 17.00 Uhr

Publishing mit Stefan Joss.
Mit dem erstellten Content wird eine Kampagne aufgesetzt. Alle Formate werden gepostet und beworben.

Tag 5, Zeit: 9.00 – 12.30 Uhr

Analyse mit Stefan Joss.
Die Kampagne wird untersucht und die wichtigsten Kennzahlen werden ausgewertet.