

Was leistet das Online Seminar?

Kapitel I - Grundlagen

1. Grundlagen und Einordnung

- Was ist Word of Mouth und warum ist es mehr als nur ein Marketing-Hype?
- Wie spielt Word of Mouth mit anderen Marketing-Formen zusammen?

2. Nutzen und WoM-Regeln

- Was genau bringt Word of Mouth in unserem Unternehmen?
- Welche grundlegenden Dinge muss ich vor dem Start einer WoM-Kampagne beachten?

3. Funktionsweise und praktische Beispiele:

- Der Standardaufbau und die wichtigsten Elemente einer Word of Mouth bzw. Botschafter Kampagne
- Experten-Interviews mit Eindrücken aus echten Cases

Kapitel II - Konzeption

1. Die richtigen Botschafter

Wer ist als Botschafter geeignet und wie finden wir diese Leute?

inkl. Schritt für Schritt Anleitung für das eigene Brainstorming und Experten-Interviews

2. Die richtige Story

- Was ist überhaupt eine gute Story? (Experten-Interviews)
- Wie erarbeitet man eine gute Story? (Anleitung für das eigene Brainstorming und konkrete Beispiele als Denkanstöße)

3. Geeignete Aktivitäten und Incentives

- Was können die Botschafter für uns tun?
- Wie kommen wir auch Ideen für gute Aktionen?
- Welche Anreize brauchen Botschafter, um mitzumachen?

Kapitel III - Kampagnenführung

1. Rekrutierung und Ansprache

- Wie werden potenzielle Botschafter richtig angesprochen?
- Was ist der effizienteste Weg (auch technisch) für die Rekrutierung?

2. Community Management

- Wie kommuniziert man richtig mit Markenbotschafter?
- Wie sorgen wir dafür, dass die Botschafter aktiv bleiben?
- Wie geht man mit negativem Word of Mouth um?

3. Tools & Tracking

- Was tracken wir im Rahmen einer Kampagne?
- Wie machen wir aus den dokumentierten Aktivitäten sinnvolle Reports?

Kapitel - IV Inspiration & Tools

1. Nützliche Tools und Dienstleister

- Tools aus dem Internet, die Ihnen das Leben als Kampagnen-Manager leichter machen
- Dienstleister, die für Ihre Kampagne mit eingespannt werden könnten (inkl. Download zu den erfahrungsgemäßen Kosten dieser Dienstleister)

2. Best & Worst Practice Kampagnen

- Inspirationen für die eigene Kampagne aus den Best Practice Cases
- Tipps, was es zu vermeiden gilt aus den Worst Practice Cases