

Pressemitteilung

Digitalisierung erfordert neues Prozessdenken und zusätzliches Wissen für strategische Marken-Kommunikation

- Unternehmen suchen Mitarbeiter mit mehr Digitalkompetenz
- Praxisstarke Seminare zu Content Marketing und Storytelling vermitteln direkt anwendbares Wissen für PR, Marketing und Vertrieb

Düsseldorf, im April 2017 – Die zunehmende Digitalisierung verändert bei zwei Drittel der Unternehmen die Geschäftsmodelle. Zu dem Ergebnis kommt eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. 72 Prozent der befragten Geschäftsführer und Vorstände sehen im digitalen Wandel eine der größten Herausforderungen für ihre Unternehmen. Damit ist die Digitalisierung das Top-Thema hinter der Sicherung des Fachkräftebedarfs mit 73 Prozent. Mehr Mitarbeiter mit Digitalkompetenzen suchen gut 87 Prozent der Unternehmen.

Von zentraler Bedeutung ist in dem Zusammenhang die Kommunikation mit den Kunden. Hier setzen die praxisbezogenen Seminare des Studieninstituts für Kommunikation an: Erfahrene Dozenten stellen neue Instrumente im digitalen Marketing vor und erklären, wie sich zum Beispiel mittels Storytelling und Content Marketing strategische Marken-Kommunikation erfolgreich umsetzen und messen lässt.

Paolo Anania, CEO der Granpasso Digital Strategy GmbH, und ausgewiesener Markenstrategie, weist daraufhin, dass gerade im Zuge der Digitalisierung nicht mehr allein der sogenannte USP (Unique Selling Point) bei den Nutzern überzeugt, sondern vielmehr der Social Selling Point (SSP): „Damit bekommt die Markenpersönlichkeit in der digitalen Markenführung eine ganz neue Dimension. Marken sind umgeben von Freunden, Fans, Kritikern und Wettbewerber-Marken. In diesem Umfeld müssen Marken lernen, verstärkt emotionale Attribute zu verkörpern. Um das zu erreichen, sollten sie sich authentisch in den relevanten Themenfeldern ihrer Zielgruppen platzieren. Dafür benötigen Marken etwas, auf das alles einzahlt, was sie an Content produzieren: Einen Purpose als distinktiven Markenkern. Dieser ermöglicht es einer Marke, sich durch gutes Storytelling weg von einem USP hin zu einem SSP zu bewegen.“

Das **Tagesseminar Storytelling** des Studieninstituts für Kommunikation zeigt, wie sich die Kunst des Geschichten-Erzählens gewinnbringend einsetzen lässt. Teilnehmer lernen, was eine gute Geschichte ausmacht, wie sie strukturiert aufgebaut sowie spannend erzählt wird. Wesentliche Aspekte einer durchdachten Dramaturgie und effektvollen und nachhaltigen Inszenierung

spielen ebenso eine wichtige Rolle wie die Ziele, die sich mittels der Story im Event selbst transportieren lassen. Zusätzlich erhalten die Teilnehmer praktische Ideen und Anregungen, wie sie Events mit diesem Know-how konzipieren und umsetzen können.

Für wen das Seminar geeignet ist: Teilnehmen kann jeder, der bereits im Veranstaltungsbereich haupt- oder nebenberuflich tätig ist wie auch Mitarbeiter/innen der Bereiche Marketing sowie Kommunikation, die ihr Fachwissen gezielt erweitern möchten. Kenntnisse des Veranstaltungsmanagements sind vorteilhaft, aber nicht erforderlich.

Dauer: Tagesseminar

Wann & Wo: 11.05.2017 in Düsseldorf

Mehr Informationen unter www.studieninstitut.de/storytelling

Wie erreicht ein Unternehmen seine Zielgruppe mit hochwertigen Informationen? Wie hebt es seine Botschaften in der Vielzahl an Newsfeeds, Blogs oder Suchergebnissen erfolgreich hervor? Der **dreitägige Kompaktkurs Content Marketing** vermittelt hier entsprechendes Grundlagenwissen. Teilnehmer lernen, wie sie Content Marketing aus der Marketingstrategie ableiten können. Ferner erfahren sie, welche Maßnahmen für die Zielgruppen die höchste Aufmerksamkeit und Interaktionsrate erzielen. Absolventen des Seminars sind danach in der Lage, in ihrem Unternehmen eine Content Marketing Strategie inklusive geeigneter Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen.

Geeignet ist der Kompaktkurs für Markenverantwortliche, Online-Marketing-Manager/innen, Social Media Manager/innen, SEO-Experten, PR-Verantwortliche aus Unternehmen und Agenturen sowie Freiberufler. Der Dozent ist ausgewiesener Digital Marketing Experte. Er entwickelt für Unternehmen Content Strategien, die den Kunden durch alle Etappen des Kaufprozesses begleiten und Mensch und Marke zum richtigen Zeitpunkt verbinden.

Dauer: 3 Tage Kompaktkurs

Wann & Wo: 13.-15.10.2017 in Düsseldorf

Mehr Informationen unter www.studieninstitut.de/contentmarketing

Auskünfte zu unseren Aus- und Weiterbildungen wie auch zu aktuellen Webinaren und Kursstarts erhalten Sie gerne bei unserer Beratung unter Fon: 0800/77 92 37-0, kostenfrei im dt. Festnetz; Mails bitte an beratung@studieninstitut.de.

Bildquelle: ©panthermedia.net - Syda Productions



Studieninstitut für Kommunikation GmbH

Tanja Barleben

Pressesprecherin

Reisholzer Werftstraße 35

40589 Düsseldorf

Fon: +49 (0) 211/77 92 37-0

Fax: +49 (0) 211/77 92 37-27

Mail: tbarleben@studieninstitut.de

www.studieninstitut.de

[xing.to/Studieninstitut](https://www.xing.com/profile/Studieninstitut) und [xing.to/Studieninstitut-Community](https://www.xing.com/profile/Studieninstitut-Community)

www.ina-award.de

www.facebook.com/INA.Award

www.twitter.com/KommInstitut

www.facebook.com/INA.Award

Sie möchten über Trends im Online Marketing, aktuelle Entwicklungen und Nutzen von Social Media, über Berufe, gezielte Weiterbildungen und Perspektiven in PR, Werbung und Kommunikation informiert werden? Dann melden Sie sich für unseren Newsletter an, der Sie zu Schwerpunktthemen auf dem Laufenden hält - www.studieninstitut.de

Die Studieninstitut für Kommunikation GmbH,

gegründet 1998 in Düsseldorf, ist spezialisiert auf praxisorientierte Ausbildungen und Weiterbildungen mit den Schwerpunkten Kommunikation, Online-Marketing, PR, Werbung, Eventmanagement, Management und Wirtschaft. Neben dem Hauptsitz in Düsseldorf gibt es Standorte in München, Hamburg und Berlin. In Kooperation mit renommierten Hochschulen werden berufs begleitende Studiengänge zu Fachthemen gestaltet. Für Unternehmen bietet das Studieninstitut hochwertige Inhouse-Trainings und -Coachings an. Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft vermitteln direkt anwendbares Wissen. Das Bildungsangebot ist modular aufgebaut und wird fortlaufend auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes überprüft. Das Unternehmen ist zur Qualitätssicherung nach DIN EN ISO 9001:2008 und AZAV zertifiziert. Ausgewählte Fortbildungen sind IHK geprüft sowie als Fernunterricht staatlich zugelassen (ZfU). Der Bildungsanbieter engagiert sich nachhaltig und ist als „Sustainable Company“ durch den FAMAB Kommunikationsverband e.V. zertifiziert.

Das Studieninstitut arbeitet aktiv in Fachverbänden und unterstützt zahlreiche Branchenveranstaltungen. Gemeinsam mit Partnern lobt das Unternehmen den Wettbewerb zum besten Nachwuchs-Moderator aus und ist seit 2006 der Initiator des INA Internationaler Nachwuchs Event Award.