



Lernziele:

- Möglichkeiten der Leadgenerierung & der Leadqualifizierung und der Leadkonvertierung kennen und managen.
- Zielsetzung durch betriebliche SMM-Aktivitäten
- Beantwortung der W-Fragen
- Reichweite, Zielgruppe, Impressionen und Kennzahlen
- Kosten- Nutzenvergleich von SMM-Kanälen
- Konsequentes Leadmanagement zur Mitarbeiterrekrutierung

Methodik, Didaktik:

Multimediale Impulsreferate des Trainers, Erfahrungen aus der eigenen Vertriebstätigkeit / aus dem privaten Umfeld, Gespräche über Erfahrungen und Wahrnehmungen, Zielsetzung und Visualisierungen der Zeit und der Prioritäten nach Teilnehmer, Gruppen- und Individualarbeiten, Lessons learned & Integration in den betrieblichen Alltag, Fallstudien und **starke** Interaktion der Teilnehmer.

Die IVM-Agenda:

Tag 1:

- Kennenlernen
- Zielsetzung Unternehmen / Zielsetzung HR
- Employer Branding, Employer Value Proposition, Employee Value Proposition
- Tracking / Controlling von HR-Marketing-Kampagnen (Google, Google Familie)
- Arten von SMM-Postings
- Automatisierungsmöglichkeiten von Postings
- Möglichkeiten und Funktionen von SMM-Kanälen
 - XING
 - Facebook
 - Andere
- Umsetzung / Lessons Learned

Literaturbegleitung:

Nachhaltiges Vertriebscontrolling,
Roberto Capone

Datum: _____	Kurzzeichen: _____	Beantragt: _____
Investition: _____	Teilnehmer: _____	Genehmigt: _____
Kostenstelle: _____	Vorgesetzter: _____	

ANSPRECHPARTNER:

Roberto Capone • IVM | Institut für Verkauf und Marketing
Amtshof 4 • 63628 Bad Soden-Salmünster

Telefon: 06056 8033890

E-Mail: info@ivm-seminare.de

www.ivm-seminare.de