

Factsheet

Kurs für Social-Media-Manager:innen von Gemeinden

Wir machen Sie fit für Social Media!

In 6 Präsenztagen erhalten Sie praxiserprobtes Wissen zu allen wichtigen Themen rund um Social Media – immer mit Fokus auf die praktische Umsetzung in Ihrer Gemeinde. Das grosse Plus: Sie haben die Chance, mit Kolleg:innen aus anderen Gemeinden zusammenzukommen und von diesem wertvollen Austausch über den Kurs hinaus zu profitieren.

Rahmenbedingungen

Key Learnings

- Social-Media-Grundlagen für Gemeinden
- Social-Media-Plattformen und ihr Nutzen für Ihre Ziele
- Ziele, Zielgruppen und Strategie fürs Social-Media-Marketing
- Community-Aufbau und Dialog
- Passgenauen Content entwickeln
- Auswerten und verbessern

Methodik & Didaktik

Der Kurs ist interaktiv gestaltet, um eine effektive Wissensvermittlung und praktische Umsetzung zu gewährleisten. Neben theoretischen Konzepten werden zahlreiche Übungen durchgeführt, die den Teilnehmenden die Möglichkeit geben, das Gelernte direkt anzuwenden.

Es wird viel Wert auf Diskussionen, Erfahrungsaustausch und gemeinsame Problemlösungen gelegt, um ein offenes Lernumfeld zu schaffen und den Austausch zwischen den Gemeinden zu fördern.

Zielpublikum

Dieser Kurs richtet sich an Personen, die in ihrer Gemeinde Social Media aufbauen oder weiterentwickeln und einen Rucksack voll praxisnahem Know-how erwerben wollen.

Kursleitung

In unseren Kursen profitieren Sie von der geballten Fachkompetenz des Teams Die Schwedin. Unsere ausgewiesenen Expert:innen verfügen über langjährige Erfahrung in der digitalen Kommunikation und brennen dafür, ihr Wissen anschaulich an Sie weiterzugeben.

Wir verstehen Lernen als interaktiven Prozess und legen grossen Wert auf den gemeinsamen Austausch. In unseren Kursen haben Sie daher die Möglichkeit, Fragen zu stellen, Ihre Erfahrungen einzubringen und mit anderen Teilnehmer:innen zu diskutieren.

Lehrgangsführung: Barbara Schwede, Co-CEO von Die Schwedin. und langjährige Dozentin an diversen Schweizer Hochschulen.

Anforderungen

Die Teilnehmer:innen haben bereits Erfahrung als Nutzer:innen der Plattformen Facebook, LinkedIn und Instagram und in der Kommunikation oder im Marketing. Die Teilnehmer:innen sollten Zugang zu den bestehenden Social-Media-Kanälen der Gemeinde und zu schon vorhandenen Ads Managern haben. Falls noch keine Kanäle bestehen, werden wir diese im Kurs aufsetzen – dafür sollte also das Einverständnis vorliegen.

Bitte bringen Sie Ihren eigenen Laptop mit.

Zeitinvestment & Hausaufgaben

Zeit vor Ort in Biel: 6 Tage (8:30 - 16:30 Uhr)

Zeit für Hausaufgaben: je nach vorhandener Ausgangslage, voraussichtlich nochmals 6 Arbeitstage

Die Hausaufgaben sind jeweils bis zum folgenden Kurstag zu erledigen und werden dann besprochen. Umfangreichere schriftliche Feedbacks, zum Beispiel zur erarbeiteten Strategie, sind ebenfalls möglich und werden zu einem Stundensatz von 180 CHF verrechnet.

Kursort

Die modernen Kursräume im Co-Working P 15 befinden sich direkt am Bahnhof Biel.

Module

1 Social-Media-Grundlagen

Wir lernen uns kennen und besprechen den Ablauf der Ausbildung. Wir tauchen ein in die Bedeutung von Social Media und die Grundlagen von Communities, schaffen uns einen Überblick über die wichtigsten Social-Media-Plattformen, verstehen die Funktionsweise der Algorithmen, beschäftigen uns mit den psychologischen Grundlagen von Social Media und führen eine Situationsanalyse der eigenen Gemeinde durch.

2 Strategie

In einem theoretischen Teil beschäftigen wir uns damit, was eine Social-Media-Strategie beinhalten soll und legen die Basis für zielführende Entscheidungen. Dazu gehören die Auswahl der passenden Social-Media-Kanäle sowie die Definition passender Kennzahlen.

3 Contentplanung

Sie entwickeln für Ihre Gemeinde ein Themenfeld inklusive Content-Struktur und bauen eine Redaktionsplanung auf. Sie lernen die Grundlagen guten Contents kennen, der Reichweite und Dialog fördert, und konzipieren unter Anleitung erste Beispiele, die wir auf die verschiedenen Formate anpassen.

4 Plattformen einrichten

Mit persönlicher Betreuung richtet jede:r Teilnehmer:in die Plattformen für die Gemeinde ein oder überprüft, ob bestehende Accounts und der Meta Ads Manager korrekt aufgesetzt sind und die Rechte richtig vergeben wurden. Die anderen Teilnehmenden arbeiten weiter an ihrer Strategie.

5 + 6 Bild & Videos

Sie lernen, wie Sie Inhalte einfach visualisieren. Von der Grundlagen der Fotografie und Videoproduktion bis hin zu Tipps für die Postproduktion – wir zeigen Ihnen, wie Sie mit Bildern und Videos die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe gewinnen. Ausserdem erarbeiten Sie sich die Grundlagen für die Bild- und Videobearbeitung mit dem Handy und erstellen erste Vorlagen für Posts.

7 Instagram & Facebook

Wir schauen uns die Meta-Plattformen im Detail an und sprechen über Gemeinsamkeiten, Unterschiede, Zielgruppen, sprachliche Besonderheiten sowie Vor- und Nachteile.

8 LinkedIn & Blog

In diesem Modul beschäftigen wir uns intensiv mit LinkedIn und wie man diese Plattform am besten nutzt. Auch der Blog als weitere Kommunikationsmöglichkeit ist Thema.

9 Schreiben für Social Media

In diesem Modul üben wir das Schreiben für Social Media und lernen die Rahmenbedingungen der Plattformen und Formate kennen. Wir sprechen darüber, wie sich künstliche Intelligenz (KI) sinnvoll in den Schreibprozess integrieren lässt, wie die rechtlichen Rahmenbedingungen sind und wo die Stärken und Schwächen der Tools liegen.

10 Community- und Krisenmanagement

Dieses Modul bereitet Sie sowohl auf den Dialog mit User:innen sowie auf den Krisenfall vor. Wie gehen wir mit kritischen Rückmeldungen um? Was tun, wenn sich negative Kommentare häufen und vielleicht schon die Presse darauf reagiert?

11 Advertising auf Meta

Sie erfahren, warum in gewissen Fällen die Bewerbung von Posts wichtig ist und wie Sie diese Funktion sinnvoll nutzen.

12 Reporting & Abschluss

Hier konzentrieren wir uns auf die Analyse Ihrer Social-Media-Aktivitäten. Sie lernen, wie Sie relevante KPIs identifizieren, Daten sammeln und interpretieren sowie Berichte erstellen, um Ihre Erfolge sichtbar zu machen und die Strategie kontinuierlich zu verbessern.

Ausbildungsprogramm

Kurs für Social-Media-Manager:innen von Gemeinden

	Kurstag	1	2	3	4	5	6
	Durchführung 1	31.05.2024	07.06.2024	14.06.2024	21.06.2024	22.06.2024	05.07.2024
	Durchführung 2	06.09.2024	13.09.2024	20.09.2024	27.09.2024	04.10.2024	11.10.2024
Vormittag							
8:30 - 12:00	Thema	1 Social-Media-Grundlagen	3 Contentplanung	5 Bild & Video	7 Plattformen	9 Schreiben für Social Media	11 Advertising auf Meta
	Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Intro Communities - Overview Plattformen/ Social Media - Algorithmus - Psychologische Grundlagen - Individuelle Situationsanalyse 	<ul style="list-style-type: none"> - Themenfeld - Dialog & Reichweite - Contentstruktur - Redaktionsplanung 	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen Foto - Filmen mit dem Handy - Stockfotos einkaufen 	<ul style="list-style-type: none"> - Facebook - Instagram <p>Gemeinsamkeiten, Unterschiede, Zielgruppen, Sprache, Formate, Vorteile, Nachteile</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Stil auf Social Media - Plattformspezifische Rahmenbedingungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Funktionsweise und Möglichkeiten
Nachmittag							
13:00 - 16:30	Thema	2 Strategie	4 Plattformen einrichten, individuell Rest: Individuelles Arbeiten	6 Bild- und Videobearbeitung	8 Plattformen	10 Community und Krisenmanagement	12 Reporting, Abschluss & Zertifikat
	Inhalt	Strategieprozess Schritt für Schritt durcharbeiten	<ul style="list-style-type: none"> - Benchmarking Gemeinden - Erste Postversuche 	<ul style="list-style-type: none"> - Canva - Snapseed - Formate - Videoschnitt einfach 	<ul style="list-style-type: none"> - LinkedIn - Blog <p>Gemeinsamkeiten, Unterschiede, Zielgruppen, Sprache, Formate, Vorteile, Nachteile</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Dialog mit User:innen im Krisenfall - Umgang mit den Medien 	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse von Social-Media-Aktivitäten anhand relevanter KPIs

Durchführung ab 4 Personen, max. Teilnehmezahl: 12 Personen

Output und Preis

Der Kurs kostet CHF 6'900.00 und dauert sechs Tage.

Die Kursteilnehmer:innen können bereits während des Kurses direkt loslegen: Sie erhalten alle Infos, um die relevanten Entscheidungen für eine Social-Media-Strategie zu treffen, bereiten einen Redaktionsplan für zwei Monate vor, kennen die Grundlagen für die Erstellung von gutem Content und wissen, wie sie die Ergebnisse auswerten können.

Die Teilnehmenden erhalten ein Zertifikat von Die Schwedin.

Kontaktieren Sie uns!

Die Schwedin. GmbH
Im Eichhölzli 25
CH-2502 Biel/Bienne
+41 79 758 96 20