



OFFICE-MARKETING - Marketingtools für das Office Management-

Adressatenkreis

Das Seminar richtet sich an Personen, welche sich beruflich im Rahmen des Office Management mit den Aufgaben der Unternehmenspräsentation sowie der Kundenpflege befassen wie beispielsweise Sekretär/innen, Office Assistent/innen, Team-Assistent/innen. Vorkenntnisse in den Grundlagen des Marketing sind erwünscht, jedoch nicht erforderlich. Kenntnisse in den einschlägigen Officeprogrammen bzw. ECDL werden vorausgesetzt. Bei entsprechenden Vorkenntnisse (Basis-HTML) können auch Webapplikationen einbezogen werden.

Zielsetzung

Der Kurs zeigt die Vielzahl der marketingbezogenen Anwendungen im Office Management auf und gibt einen Einblick in einfache Techniken zur Formalisierung und Unterstützung der Corporate Identity.

Nach Absolvieren des Kurses sind die Teilnehmer in der Lage,

- Formvorlagen für verschiedene Applikationen zu entwickeln,
- Unternehmenspublikationen zu gestalten,
- Unternehmenspräsentationen durchzuführen,
- PR-Events vorzubereiten,
- Customer Care-Maßnahmen zu entwickeln,
- Marktforschung mit einfachen Mitteln zu betreiben,
- ein CI-Handbuch zu verfassen.



Die praxisnahe Ausgestaltung erfordert eine hohe Bereitschaft zur aktiven Mitarbeit.

Zusammenfassung

Einer Einführung in die Corporate Identity als Basis kommunikationspolitischer Maßnahmen folgen Grundlagen in der Erstellung CI-gerechter Formulare sowie zum Desktop Publishing. Die Abschnitte orientieren sich jeweils an den Phasen:

- Kommunikationspolitische Grundlagen,
- mögliche Software zur Gestaltung,
- Vorbereitung,

- Durchführung,
- Nachbereitung / Dokumentation.

Abgerundet werden die praxisnahen Übungen mit einer mehrstündigen Fallstudie in Gruppenarbeit.

Aus dem Inhalt

1 Corporate Identity als Basis der Office Communications

- 1.1 Selbst- und Fremdbild der Unternehmung
- 1.2 Elemente der Corporate Identity
- 1.3 Corporate Branding und integrierte Kommunikation

2 Kommunikationspolitik im Office Management (OM)

- 2.1 Aufgaben
- 2.2 Instrumente

3 OM-Praxis (I): Formulare & Checklisten

- 3.1 Office-Formulare
- 3.2 Kommunikations-Checklisten
- 3.3 Dokumentationschecklisten

4 OM-Praxis (II): Akquisition & Präsentation

- 4.1 Prospekte & Anzeigen
- 4.2 Mailings
- 4.3 Meetings
- 4.4 Events
- 4.5 eMail- und Telefonkommunikation

5 OM-Praxis (III): Marktforschung & Customer Care

- 5.1 Telefonbefragungen
- 5.2 Schriftliche Befragungen
- 5.3 Internetbefragungen
- 5.4 Sekundärstatistische Auswertungen

6 OM-Praxis (IV): Dokumentation

- 6.1 Aufbau eines Unternehmenshandbuchs
- 6.2 Dokumentation von Arbeitsschritten
- 6.3 Dokumentation von Vorlagen

7 Fallstudie / Workshop

- 7.1 Unternehmensphilosophie
- 7.2 Aufgaben
- 7.3 Ergebnisse

Material

Die Teilnehmer erhalten ein umfassendes Handout zur obigen Gliederung sowie ein Login auf den Trainingsserver www.2nc.de/tc. Auf Wunsch können Skripten erstellt werden.

Zeitlicher Rahmen

Die Kurskonzeption ist auf Pakete zu jeweils 4 Unterrichtseinheiten á 45 Minuten (UE) ausgerichtet.



Der Kurs kann vom Kompakt-Programm (16 UE) bis zum Intensivprogramm (40 UE) durchgeführt werden. Schnupperkurse (4 UE) zu einzelnen Themen sind möglich.

Voraussetzungen Inhouse

PC-Kabinett mit einem Client für jeden Teilnehmer. Officepaket; Corel Photopaint/Draw, Adobe Acrobat / Photoshop sowie Editor nach Vorkenntnissen und Bedarf.

Optional: Beamer zur Unterstützung von PowerPoint-Präsentationen, Master-Eye.

Für **Outhouse**-Kurse werden entsprechende Räumlichkeiten bei einem internationalen Bildungsträger mit über 200 Standorten in Deutschland gebucht.

Teilnehmerzahl

Der Kurs ist für eine Teilnehmerzahl von max. 20 Teilnehmern konzipiert.

eLearning

Auf Wunsch können der Kurs oder ausgewählte Inhalte auf einem Server im Internet abgelegt werden. Gerne können auch Virtual Classrooms oder Foren eingerichtet und betreut werden.

In unserem Hause wird Lotus Learning Space, Quarbon Viewlet-Builder und 12teach.com genutzt. Gerne können die Inhalte auch als HTM oder mit einem anderen eLearning-System erstellt werden.