



Lehrinhalt

Zertifizierter Permanent Corporate Influencer (PCI)/ Permanent Corporate Content Creator

1. Der PCI

1.1. Social Media heute und in Zukunft

- Kurzer Rückblick Internet
- Reichweiten sinken weiter
- Aversion Werbung
- Besinnung auf den Kern: Beziehungen aufbauen
- Gesicht zeigen
- Begegnung an allen digitalen Touchpoints, kanalübergreifend
- Vertrauen aufbauen – Mensch

1.2 Definition

- Festangestellt
- Mischtaetigkeit Pressesprecher + SoMe Manager + Corporate Influencer
- Gesicht der Marke in den Social Media
- Moderierend, unterhaltend, Kompetenzfunktion
- Passt in Kommunikationsstrategie
- Passt in Markendefinition

1.3 Rollen

- Kommunikator
- Moderator
- Service-Mitarbeiter
- Kontaktperson
- Verkäufer
- Motivator (Personal)
- Offline-Repraesentator (Messen, Events, Intern + Extern)

1.4 Ziele

- Erreichung der Kommunikationsziele (taktisch, operativ...)
- Aufbau Trust
- Aufbau Community
- Hohe Reichweiten, Wahrnehmung
- Vertriebsziele unterstuetzen
- HR Ziele (Bewerber, Loyalty)

1.5 Aufgaben

- Planung und Umsetzung SoMe Strategie
- Feedback bearbeiten
- Content und Themenplanung

- Contentproduktion
- Media Mechanik entwickeln
- Monitoring
- Reporting
- HR Support

1.6 Abgrenzung im Unternehmen

- PR und Pressesprecher
- Corporate Influencer
- SoMe Manager
- Media

1.7 Authentizität

- Definition
- Kapital des PCI
- Anforderungen (Soft Skills)
- Loyalität der GF
- Verantwortung (für Marke, User)

1.8. Risiken

- Bindung an Person
- Kündigung PCI
- Hohe Verantwortung nach Außen
- Privatsphäre
- Arbeitszeiten / Betriebsrat
- Vergütung / Unabhängigkeit

2 Die Strategie

2.1 Social Media Strategie

- Ableitung und Basis
- Beispiel einer SoMe Strategie
- An welcher Stelle wird PCI integriert

2.2 Kommunikationsziele des PCI

- Strategische + Taktische + Operative Ziele (Liste + Einsatz)

2.3 Kommunikationsformen und Formate

- Bewegtbild
- Stories
- Kanäle und relevante Formate

2.4 Positionierung

- Ableitung von Marke
- Beispiele, wie PCI agiert

2.5 Zielgruppendefinition

- Definition ZG
- Match PCI + ZG
- Beispiele

2.6 Qualitative und quantitative Zielsetzung

- Trust
- Follow
- Positionierung stärken

- KPIs (Follower, Reach, Interaktionen)
- Konkrete Zahlen und Beispiele

2.7 PCI und Brand Fit

- Soft Skills
- Interessen
- Erscheinungsbild
- Sprache
- Anspruch (qualitativ)

2.8 Das PCI Profil definieren

- Ausschreibungsprofil für Stellenanzeige
- Raster aufzeigen

3 Der Recruiting Prozess

3.1 Fachliche Anforderungen

- Erfahrung SoMe
- Praxiserfahrung SoMe
- Community Management
- Media Erfahrung
- Branchenkenntnisse
- Produktkenntnisse
- Beispiel Profil

3.2 Persönliche Anforderungen

- Erscheinungsbild
- Auftreten
- Kamera-Affinität
- Erfahrungen Bühne
- Strukturiertes Arbeiten
- Analytisches Denken
- Teamplayer
- Hands-On Mentalität

3.3 Bewerber finden

- Auflistung Kanäle und Portale
- Querdenken
- Aktiv ansprechen

3.4 Das PCI-Interview

- Einladung und Vorbereitung
- Kamera Interview (Aufzeichnung)
- Abfrage der Skills
- Einschätzungsbogen
- Beispiel-Aufgaben vor der Kamera
- Test der Spontaneität und Authentizität

3.5 Bewerber selektieren

- Prioritätenliste erstellen
- Checkliste
- Punktesystem nach Prio

4 Das Beschäftigungsverhältnis

4.1 Beschäftigungsart

- Freiberuflich versus Festanstellung
- Integration ins Team
- Identifikation mit Unternehmen

4.2 Der Arbeitsvertrag

- Einzelne Blöcke Standard AV erläutern

4.3 Arbeitszeiten

- Arbeitszeitmodell vorstellen
- Beispiele nach Community Größe

4.4 Vergütung

- Grundvergütung
- Leistungsbezogene Vergütung anhand ER, Follower, Anzahl Contents

4.5 Nutzungs-, Urheber- und Persönlichkeitsrechte

- Erläuterung der einzelnen Rechtsbedingungen

4.6 Rechte an den Konten

- Erläuterung
- Zusatzvereinbarung zum Arbeitsvertrag

4.7 Wettbewerbsrechte

- Nachgang zum BVH
- Nebenerwerb bei anderen brands
- Aufbau privater eigener Community

4.8 Zielvereinbarung

- Beispiel und Erläuterung ZV anhand ER, Follower und Anzahl Contents
- Routinen

4.9 Onboarding und Integration

- Einarbeitungs-Checkliste
- Abteilungen und Produkte kennenlernen
- Coaching SoMe
- Verbesserungspotentiale erkennen (z.B. Coaching vor der Kamera)

5 Die Umsetzung

5.1 Wahrnehmung durch Mehrwertkommunikation

- Was wird als Mehrwert wahrgenommen (siehe Blog)

5.2 Definition der Buyer Personas

- Siehe CoMa Strategiepapier Icefox
- Tools Uxpressia

5.3 Content- und Keyword-Analyse

- Siehe CoMa Strategiepapier Icefox
- Basisausbildung sentimeo

5.4 Relevante Netzwerke und ihre Mechanik

- Auflistung aller Netzwerke
- Schulungskonzept CCC

5.5 Inszenierung

- PCI inszeniert
- Mitarbeiter, Corporate Influencer
- Kunden und ihre Geschichten
- Beispiel Torte

5.6 Strategische Content- und Themenplanung

- Siehe sentimeo Konzept
- Tools

5.7 Kommunikative Ziele

- Warum personalisierte Kommunikation durch PCI
- Siehe Blog Komm.ziele

5.8 Trust und Follow

- Wann entsteht Vertrauen
- Hohe Frequenz
- Live-Charakter – dabei sein – mitnehmen
- Feeds

5.9 Dialoge und Kritik

5.10 Rechtliche Besonderheiten

- Kennzeichnungspflicht? Beispiele je Account-Betitelung

6 Vermarktung und Wachstum

6.1 Formate und Netzwerke

- Welche Media in Netzwerken (Liste)

6.2 Vor der Kamera beeindrucken

- Tipps gegen Blockaden
- Tipps für authentische Wirkung
- Spontaneität

6.3 Media Mechanik und KPI's

- Beispiel Mechanik mit Phasen
- Relevante KPI

6.4 Always On Push

- Vorgehen organisch Test, dann Media

6.5 Wachstum stärken

- Tipps für Wachstum der Community
- Influencer Relations
- Influencer einbeziehen
- Influencer Kampagne

6.6 Kontinuierliches Verbessern

- Kaizen
- Coaching
- Kamerawirkung
- Unterhaltungswert

7 Monitoring und Reporting

7.1 Relevante KPI's definieren

- Entwicklung KPI Sheet
- Tools

7.2 Reporting Prozesse

- Routinen Beispiele
- Aufbau Reporting Versionen einfach und umfassend
- Stakeholder einbeziehen

7.3 Zielvereinbarungsprozess

- ZV Gespräche
- Formular Beispiel
- Gesprächsaufbau
- Vereinbarungen realistisch einschätzen

8 Anhang

8.1 PCI Beispiel-Strategie

8.2 Beispiel-Arbeitsvertrag PCI

8.3 Linksammlung

8.4 Glossar

9 Abschluss