Brand Management & Influencer Strategy

Branding & Markenführung · Anbieter: DFW Akademie

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Mischung Zeitgebunden & Self-Paced
Dauer	2 Wochen in Vollzeit oder 5 Wochen in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet jeden Tag
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zertifikat Brand Management & Influencer Strategy (DFW)
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen), Softwarelizenzen

Bildungsträger & Kontakt

DFW Akademie
Lise-Meitner-Straße 21, 72202 Nagold
Telefon: 07452 6020662
E-Mail: info@dfw-akademie.de
Web: https://www.dfw-akademie.de/

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Brand Management & Influencer Strategy: Markenaufbau, Positionierung und Influencer-Marketing

Der Kurs Brand Management & Influencer Strategy behandelt zentrale Inhalte zu Markenaufbau, Personal Branding, Business Branding, Positionierung, Tonalität, Influencer-Kooperationen, UGC-Strategien, Kooperationsmanagement, crossmedialem Marketing und Portfolio-Erstellung.

In diesem Kurs erwirbst du fundierte Kenntnisse im Bereich Markenaufbau, strategische Positionierung und Influencer-Marketing. Du lernst, wie Personal Brands und Unternehmensmarken gezielt entwickelt, sichtbar gemacht und nachhaltig am Markt positioniert werden.

Du erhältst einen Überblick über Wiedererkennung, Tonalität und konsistente Markenkommunikation. Dabei lernst du, wie Markenwerte definiert und über unterschiedliche Kanäle professionell transportiert werden.

Ein Schwerpunkt liegt auf Influencer-Kooperationen, UGC-Strategien sowie dem professionellen Kooperationsmanagement. Du erfährst, wie Partner ausgewählt, Briefings erstellt und Budgets sinnvoll verhandelt werden.

Darüber hinaus beschäftigst du dich mit der Analyse realer Produkte, Angebote oder Kanäle. Ergänzend entwickelst du eine crossmediale Marketingstrategie unter Einbindung von Social Media, Content, Ads und Branding und präsentierst deine Ergebnisse praxisnah.

02 Lehrplan & Module

1. Aufbau einer Personal oder Business Brand

Grundlagen von Personal Branding und Business Branding
Entwicklung eines konsistenten Markenprofils für digitale Kanäle
Einordnung von Identität, Markenwerten und Außenwirkung

2. Positionierung, Wiedererkennung und Tonalität

Grundlagen strategischer Positionierung und Markenwahrnehmung
Entwicklung von Wiedererkennung durch Tonalität, Bildsprache und Inhalte
Analyse von Markenbotschaften und Kommunikationsstil

3. Influencer-Kooperationen und UGC-Strategien

Grundlagen von Influencer-Marketing und User Generated Content
Einordnung von Influencer-Kooperationen in digitale Marketingstrategien
Analyse von UGC-Formaten, Reichweite und Markenwirkung

4. Kooperationsmanagement und Briefing

Grundlagen des Kooperationsmanagements mit Influencer:innen und Creator:innen
Erstellung von Briefings für Kampagnen, Inhalte und Markenbotschaften
Einordnung von Budgetverhandlung, Abstimmung und Umsetzungsprozessen

5. Analyse von Produkt, Angebot oder Kanal

Analyse eines realen Produkts, Angebots oder digitalen Kanals
Bewertung von Markenauftritt, Zielgruppenansprache und Content-Struktur
Ableitung von Optimierungspotenzialen für Branding und Marketing

6. Crossmediale Marketingstrategie

Erstellung einer crossmedialen Marketingstrategie für digitale Kanäle
Verknüpfung von Social Media, Content, Ads und Branding
Strukturierung von Maßnahmen über unterschiedliche Plattformen hinweg

7. Einsatz von Social Media, Content, Ads und Branding

Zusammenführung zentraler Bausteine digitaler Markenkommunikation
Einordnung von Content-Formaten, Werbeanzeigen und Markenbotschaften
Entwicklung konsistenter Kommunikationslinien für digitale Kampagnen

8. Präsentation, Feedback und Portfolio-Erstellung

Präsentation einer Marketingstrategie mit Analyse und Auswertung
Einordnung von Feedback zur Weiterentwicklung des Marken- oder Kampagnenkonzepts
Grundlagen der Portfolio-Erstellung für digitale Marketing- und Branding-Projekte

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zertifikat Brand Management & Influencer Strategy (DFW)

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Grundlegende PC- und Internetkenntnisse

Deutschkenntnisse auf dem Niveau B1

Keine beruflichen Vorkenntnisse erforderlich

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Fachkräfte
- Arbeitssuchende
- BerufseinsteigerInnen

Mögliche Berufsbilder: Brand Manager, Influencer Marketing Manager, Social Media Manager

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

DFW Akademie · Lise-Meitner-Straße 21, 72202 Nagold
07452 6020662 · info@dfw-akademie.de · https://www.dfw-akademie.de/

Online ansehen