FÜR ALLE UNTERNEHMEN



in Deutschland mit Mitarbeitern

Sichern Sie sich für 10 Monate

bis zu 75%

staatliche Lohnkostenförderung

und lassen Sie Ihre Mitarbeiter zu Experten in Online Marketing, Social Media oder künstlicher Intelligenz (KI) fortbilden.



- **Ø** risikolos
- ∅ beantragt in nur



Wie Sie Ihre Mitarbeiter zu Online Marketing, Social Media oder KI Experten weiterbilden und zugleich von einer **staatlichen Förderinitiative** profitieren

...und das schnell, unkompliziert & kostenfrei.

Klicken Sie auf diesen Link → https://calendly.com/wolofa/foerderung
Wir helfen Ihnen kostenfrei bei der papierlosen Antragstellung!

Lesen Sie weiter und entdecken Sie, wie auch Sie schnell und einfach von der neuen Förderinitiative der Bundesagentur für Arbeit profitieren können.



Wie geht das?

Das Qualifizierungs-Chancengesetz (QCG) im Detail

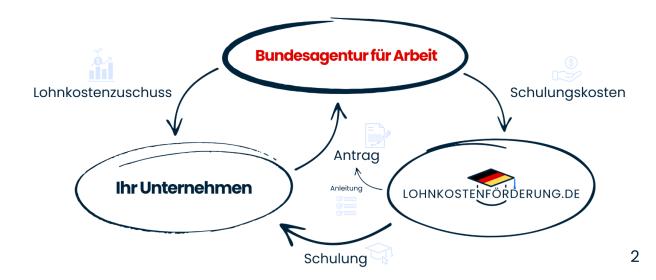
Das Qualifizierungs-Chancengesetz ist seit dem 01.04.2024 eine gesetzliche Maßnahme der Bundesagentur für Arbeit, um Arbeitnehmer durch gezielte Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen besser auf die Anforderungen des modernen Arbeitsmarktes vorzubereiten. Insbesondere in Zeiten von Digitalisierung, Automatisierung und Strukturwandel dient es dazu, die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen zu sichern, Arbeitsplätze langfristig zu erhalten und neue Technologien sowie Vertriebskanäle nutzbar zu machen. Dazu zählt insbesondere der Einsatz künstlicher Intelligenz, deren strategische Nutzung heute als Schlüsselfaktor für den Unternehmenserfolg gilt.

Offizieller Link der Bundesagentur für Arbeit:

https://www.arbeitsagentur.de/k/weiterbildung-qualifizierungsoffensive

Mit **staatlich dafür qualifizierten und finanzierten Schulungen** bieten wir Ihnen die Möglichkeit, Ihre Mitarbeiter kostenfrei fortzubilden und eine starke interne Online Marketing, Social Media oder KI Kompetenz im Unternehmen aufzubauen, während Sie parallel Lohnkosten sparen.

Die Bundesagentur für Arbeit unterstützt Ihr Unternehmen nicht nur durch die Übernahme der gesamten Schulungskosten, sondern fördert zusätzlich bis zu 75% der Lohnkosten Ihrer Mitarbeiter über 10 Monate.





Sie erhalten...

über die nächsten 10 Monate monatlich ca. **1.500€** von Ihrer Agentur für Arbeit auf Ihr Firmenkonto – <u>für einen oder mehrere Mitarbeiter.</u>¹ Gleichzeitig bilden Sie diese zu Online Marketing, Social Media oder KI Experten weiter und stärken so die In–House–Kompetenz Ihres Unternehmens.





Klicken Sie auf diesen Link → https://calendly.com/wolofa/foerderung
Wir helfen Ihnen kostenfrei bei der papierlosen Antragstellung!

Wer ist förderfähig?

Voraussetzungen für Unternehmen und Mitarbeiter

Alle deutschen Unternehmen mit mindestens einer angestellten Teilzeit- oder Vollzeitkraft, egal ob sie mit anderen Unternehmen, Verbrauchern oder im Dienstleistungsbereich arbeiten, können die Förderung für einen oder mehrere Mitarbeiter beantragen.

<u>Mitarbeiteranforderungen:</u>

- Teilzeit- oder Vollzeit Arbeitsverhältnis
- Mindestens 15 Wochenstunden Arbeitszeit
- Ausbildung oder Berufseinstieg liegt mindestens 2 Jahre zurück
- Deutschkenntnisse auf B2-Niveau
- Keine speziellen Vorkenntnisse notwendig
- Auch neue Mitarbeiter können für die Förderung eingestellt werden
- Mitarbeiter ab 45 Jahren sind in der Regel immer förderfähig

Nicht förderfähig: Minijobber oder Angestellte mit Gesellschaftsanteilen

¹ Ob Sie die Förderungen erhalten können, entscheidet Ihre Agentur für Arbeit. Sie haben keinen rechtlichen Anspruch darauf.



Warum mit uns arbeiten?



Wir unterstützen Sie kostenfrei bei der Antragstellung, maximieren Ihre Bewilligungschancen & machen den Prozess unkompliziert und effizient.

Zertifizierter Partner – Vertrauen Sie unserer Erfahrung

In Zusammenarbeit mit einem zertifizierten Bildungsträger vereint unser Team über 22 Experten mit jahrelanger **Praxiserfahrung**.

Von effektiven Werbekampagnen über automatisierte Kundenprozesse bis hin zur Implementierung von KI-Lösungen:

Wir begleiten Unternehmen jeder Branche mit messbarem Erfolg.

Unsere Mission

Unsere Mission ist es, deutsche Unternehmen zukunftssicher zu machen.

Wir stärken Ihre Wettbewerbsfähigkeit, unterstützen den Erhalt von Arbeitsplätzen und schaffen Wege, um neue Technologien und moderne Vertriebskanäle effektiv zu nutzen. Dafür stellen wir praxisorientierte und hochwertige Beratungsdienste sowie Weiterbildungsmaßnahmen attraktiv und kostenfrei zur Verfügung.

Mit unserer Unterstützung wurden bereits über 1200 Anträge erfolgreich und reibungslos umgesetzt. Vertrauen Sie uns, um auch Ihren Antrag **unkompliziert und effizient** abzuwickeln.

Klicken Sie auf diesen Link → https://calendly.com/wolofa/foerderung Wir helfen Ihnen kostenfrei bei der papierlosen Antragstellung!

1200+ Förderanträge >18 Mio. €
Zuschuss



Rechenbeispiel²

Wie hoch könnte Ihr Lohnkostenzuschuss ausfallen?³

Der Lohnkostenzuschuss basiert auf den Gesamtkosten des Mitarbeiters für das Unternehmen, bestehend aus Bruttogehalt und Lohnnebenkosten. Gefördert werden maximal **20 Wochenstunden**. Die Förderung entspricht der Dauer der Schulung und beträgt **10 Monate**.

$$Lohnkostenzuschuss = (Bruttogehalt + Lohnnebenkosten) \times \frac{20 Stunden}{Wochenstunden} \times 75\% \times 10 Monate$$

Die Fördersumme ist abhängig von der Mitarbeiteranzahl:

Mitarbeiteranzahl	kleiner 50	50 bis 499	ab 500
Übernahme Schulungskosten	100%	50%	25%
Übernahme Schulungskosten Mitarbeiter über 45 Jahre	100%	100%	25%
Lohnkostenzuschuss	75%	50%	25%

Beispiel 1: Vollzeitmitarbeiter mit 40 Wochenstunden und 4200€ Gehalt

Lohnkostenzuschuss =
$$(4200 \in +800 \in) \times \frac{20 \text{ Stunden}}{40 \text{ Stunden}} \times 75\% \times 10 \text{ Monate}$$

= 18.750€ Lohnkostenzuschuss + kostenlose Fortbildung

Beispiel 2: Teilzeitmitarbeiter mit 24 Wochenstunden und 2000€ Gehalt

Lohnkostenzuschuss =
$$(2000 \epsilon + 450 \epsilon) \times \frac{20 \text{ Stunden}}{24 \text{ Stunden}} \times 75\% \times 10 \text{ Monate}$$

= 15.312€ Lohnkostenzuschuss + kostenlose Fortbildung

² Ob Sie die Förderungen erhalten können, entscheidet Ihre Agentur für Arbeit. Sie haben keinen rechtlichen Anspruch darauf.

³ Ihre Agentur für Arbeit wird Ihren Fall individuell prüfen und die Höhe Ihres Lohnkostenzuschusses entsprechend festlegen.



Ablauf der Antragsstellung





Klicken Sie auf diesen Link → https://calendly.com/wolofa/foerderung Wir helfen Ihnen kostenfrei bei der papierlosen Antragstellung!

Ablauf der Schulung

Sobald der Antrag genehmigt ist, erhalten Ihre Mitarbeiter zum vereinbarten Starttermin **Zugang zu unserer Video-Lernplattform**. Die Schulung kombiniert Theorie und Praxis: Hochwertige Lernvideos machen Ihre Mitarbeiter zum Online Marketing, Social Media oder KI Experten, während unsere Spezialisten über 10 Monate individuelle Betreuung bieten, Fragen beantworten und bei Praxisfällen aus Ihrem Unternehmen beraten. Das Wissen wird direkt in Ihrem Unternehmen angewendet und gleichzeitig können spezifische Herausforderungen besprochen werden. Die Schulung ist **vollständig online**. Es ist keine physische Anwesenheit erforderlich. Am Ende der Schulungszeit erhält Ihr Mitarbeiter ein anerkanntes **Zertifikat**.

Durch die **flexible und digitale Struktur** der Weiterbildung können Ihre Mitarbeiter diese problemlos absolvieren und trotzdem weiterhin ihre Aufgaben im Unternehmen erfüllen. Sie können Ihre Mitarbeiter daher **sorgenfrei** an der Schulung teilnehmen lassen.



Lehrplan 1

Digitales Marketing für den Handel

Wenn Sie sich für die Schulung "Digitales Marketing für den Handel" entscheiden, erhält Ihr Mitarbeiter umfassendes Wissen in den Bereichen **E-Commerce, SEO, Verkaufspsychologie und Marktplatz-Marketing**.

Internation	Lenrplan_Digitales Marketing für den Hande		Maßnahmennummer:	647/145/24
Processing Particular of the displace handwaren Potential Connection of Potential Connection	Modul	Untermodul		Unterrichtseinheiten (UE)
Marketings Controllate C	Grundlagen des digitalen Marketings	Einführung in das digitale Marketing	Definition und Bedeutung des digitalen Marketings, Entwicklung und aktuelle Trends	8
Methology Control of Control	Grundlagen des digitalen Marketings	Überblick über E-Commerce-Plattformen	Amazon, Otto, Kaufland, eigener Shop	24
Performence			Verschiedene Marketingkanäle	c
primierury (SEC) Ortinologie de les EU Internation et SEC) Neword Externation and Chep and Other SEC) Ortinologie de la SEC (Sec) Neword Externation and SEC) Neword Externation and SEC) Neword Externation and SEC) Neword Externation and SEC) Neword Section of Marketing and Recommendation and SEC (Sec) Ortinologie de Marketinamentalist and SEC) Internation and SEC) Ortinologie de Marketinamentalist and SEC) Ortinologie de Marketinamentalist and SEC) Internation and SEC) Analyse und Reserving Ortinologie de Marketinamentalist and SEC) Ortinologien de Marketinamentalist and SEC) Ortinologien de Marketinamentalist and SEC) Analyse und Reserving Ortinologien de Marketinamentalist and SEC) Analyse und Reserving Ortinologien de Marketinamentalist and SEC) Erestination de Generalist and SEC) Ortinologien de Marketinamentalist and SEC)	Grundiagen des digitalen marketings	Marketingstrategien und -kanale	(SEC, SEA, Social Media, Content Marketing)	97
primierung (SEO) Grone voor Tein-Charles voor de Annabea (SEO) Grone voor Annabea (SEO)	Suchmaschinehoptimierung (SEO)	Grundiagen der SEO	Einfunfung in SEO, bedeutung von SEO, Wichtige Begriffe	01.
International SEED	Suchmaschinenoptimierung (SEO)	On-Page und Off-Page-Optimierung	lechnische SEU, Inhaltliche SEU, Backlinks, interne Verlinkung	74
The production of the produc	Suchmaschinenoptimierung (SEO)	Keyword-Recherche und -Analyse	Methoden der Keyword-Recherche, Tools zur Analyse, Wettbewerbsanalyse	24
go and Marketing aut ancienno Marketilatern Gundlagen of Berkhalternanderings profit Marketing aut ancienno Marketilatern Gundlagen of Berkhalternandering and andiesen Marketilatern Gundlagen Marketilatern Gundlagen Marketilatern Gundlagen Marketilatern Gundlagen Marketilatern Mark	Suchmaschinehoptimierung (SEO)	loois und lechniken zur SEO-Optimierung	SEU-Tools (Google Search Console, Anrets, SEMrush), technische Analyse	QL ·
g and Marketing auf anciene Mackapitaren Marketing auf Olou and Kaufland and Marketing auf anciene Marketing auf on Control and Statement Marketing auf anciene Marketing auf on Control and Marketing auf anciene Marketing auf anciene Marketing auf anciene Marketing auf Anaise and anciene Marketing auf Anaise and Strateger for Anaise Anaise and Anaise and Strateger for Anaise Anaise and Anaise	Amazon Marketing und Marketing auf anderen Marktplätzen	Grundlagen des Marktplatzmarketings	Definition und Bedeutung, Unterschiede zwischen eigenen Shops und Marktplätzen	Φ
g und Marketing auf anderen Marketigiszen (Anverbangen Analyse). Commence Marketigiszen (Anverbagen Analyse). Control (Anverbagen Anverbagen	Amazon Marketing und Marketing auf anderen Marktplätzen	Überblick über Amazon-Marketing	Plattformstruktur und Funktionen, Produkteinstellungen, Werbeformate	16
g und Markeling auf anderen Markpilatzon (overword-Racherche und -Analysee SEC Tools (it) Markpilatzo, lechnische Analyse, Common (SEA) g (SEA) g (SEA) g (SEA) g (SEA) G undiagen der Markpilatzon (overword-Racherche) G undiagen (overword-Racherche) G (SEA) G (SEA) G undiagen der Markpilatzon (overword-Racherche) G (SEA) G (Amazon Marketing und Marketing auf anderen Marktplätzen	Marketing auf Otto und Kaufland	Plattformübersicht, Anforderungen und Richtlinien, Produktlistung und Optimierung	16
g und Markeling auf anderen Markipiätzen Tocks und Techniken zu Oplimierung (SEA) Einführung in Markipiätz-Werbung (SEA) Einführung in Markipiätz-Werbung (SEA) Commerce Platformen (SEA) Co	Amazon Marketing und Marketing auf anderen Marktplätzen,	Keyword-Recherche und -Analyse	Grundlagen der Keyword-Recherche, Werkzeuge, Analyse und Auswahl	16
rig (SEA) The Anticle and Perchaination Tools and Technieurug Controllagon der Marksplatz-Verbung, wörtige Platfitt Anticker (Anticker) The Anticker Controllagon of Platfithat Verbung Controllagon of Verbelampagnen Controllagon of Verbelampagnen Controllagon of State (Anticker) The Anticker Controllagon of State (Anticker) The Anticker Controllagon of State (Anticker) The Controllagon of State (Anticker)			SEO-Tools für Marktplätze, technische Analyse, Content-Optimierungstools,	
resilient of SEA) Enrithrung in Markplatz-Werbung (SEA) Enrithrung in Markplatz-Werbung (SEA) (SEA) Colimieung on Verelampgagnen (SEA) Anabeau und Verenampagnen (SEA) Anabeau und Reporting (SEA) Anabeau und Anabeau Ana	Amazon Marketing und Marketing auf anderen Marktplätzen	Tools und Techniken zur Optimierung	Marketing-Techniken	24
resellung und Verwaltung von Annazon Ader Kampagnen Arzeigenordinierung, Landing geges Tragelenformanie, Budgelen grand Verwaltung von Werbekampagnen (Arzeigenordinierung, Landing geges Tragelenformanie, Budgelen grand (SEA) Tornierung on Werbekampagnen Arzeigenordinierung, Landinierung, Berüchtstenstellung, Dar Verberüchten (Arzeigen für Marksplätze Berüchtsten) Erstellung von Inhalten und Kampagnen und Strategien für Marksplätze Berüchtsten der Merüchsgenen und Geren Nutzung Gerüchtsten (Arzeigen für Marksplätze Berüchtsten) Erstellung und Strategien für Marksplätze Berüchtsten (Arzeigen für Marksplätze Berüchtsten) Für Germenen Palationnen Erstellung und Oberimentin Wahnagement (Araeinspagnen management, Community Management and Community Management and Community Management and Community Management (Averaufssychologie Erstellung und Oberimenting von Produktistung Produktistung and Versuchtspagnen (Averaufssychologie and Community Management	Marktplatz-Werbung (SEA)	Einführung in Marktplatz-Werbung	Grundlagen der Marktplatz-Werbung, wichtige Plattformen	80
reference—Platformen Green E. Commerce—Platformen Training on the Management of SEA) Analyse und Reporting Analyse und Reporting Analyse und Reporting Analyse und Reporting Analyse und Reporting an der Management and Commerce—Platformen Training and Management and Geren Mustage Green E. Commerce—Platformen Green Mustage Green Mustage Green E. Commerce—Platformen Green Mustage Mu	A DO See strong My strong My	more and the second way on House V bery and letter	Kampagnenerstellung, Anzeigenformate, Budgetierung,	70
International Participation Communication	Montaniate Montania (SEA)	Optimization was Markelemanages	Anadisconstinitude Continue Continue Charles Charles	17
Accommence-Platformen Accommence-Platformen Accommence-Platformen Accommence-Platformen Accommence-Platformen Platformen Platformen und deren Nutzung Accommence-Platformen Entaleling und deren Nutzung Platformen und deren Nutzung Accommence-Platformen Entaleling und Accommence-Platformen Entaleling und Community Management Accommence-Platformen Entaleling und Community Management Accommence-Platformen Entaleling und Community Management Community Management Accommence-Platformen Entaleling und Community Management Community Ma	Markholatz-Welbung (SEA)	Optimile und Voir Weiberampagnen	Alizeigeropumierung, Lariung Fages, Targening-Suaregien KDI Definition und Messung Berichtsperchillung Datenintermetation	47 VC
The E-Commerce-Platformen Particularing and Version of Macro (Macro)	Marketing air weiteren F-Commerce-Dattformen	Grandlesen und Strategien für Marktolätze	Bedanting you Markhilisten Enhanckling ainer Markhiletenia	31
teren E-Commerce-Platiformen und deren Nutzung Harngapen Arzeigenformste und Community Management Ersellung von Inhalten und Kampagenen Arzeigenformste und Community bulleing Interaktion und Moderation, Nutzung der Bezeigen von Inhalten und Kampagenent Community Bulleing Interaktion und Moderation, Nutzung der Verkaufspsychloögie Erseilung und Optimieurga von Produktistung in die Produktistung, Bedeutung und Volleigen der Produktistung in die Produktistung, Bedeutung und Volleigen der Produktistung in die Produktistung und Jedeschenbung auf Amazon, Otto, Kaufland Produktistung und Bellein Produktistung und Bellein Produktistung und Bellein Produktistung und Bellein Batterinscherenbung auf Amazon, Otto, Kaufland Produktistung eines Stropfly-Kontilien und Persiehen Produktisteschenbung und Bellein Bestehnscherenbung und Produktistescherenbung und Bellein Bestehnscherenbung und Produktistescherenbung und Produ		כומוממפון מום כומופמום ומו אמוציאומרים	Plattformen und deren Nutzung, Content-Erstellung.	2
teren E-Commerce-Platformen Enstellung von Inhalten und Kampagnen Erstellung von Inhalten und Kampagnen Erstellung von Inhalten und Kampagnen Erstellung und Optimierung Anzeigenformate und - Optimierung auf Vorderalispsychologie Erstellung und Optimierung von Produktistungen Verkaufspsychologie Erstellung und Optimierung von Produktistungen Verkaufspsychologie Erstellung und Optimierung von Produktistungen Verkaufspsychologie Forobulering und Volensiellung und Optimierung von Produktistungen Verkaufspsychologie Verkaufspran Verkaufspsychologie Verkaufspran Verkaufspsychologie Verkaufspran Verkau	Marketing auf weiteren E-Commerce-Plattformen	Plattformen und deren Nutzung	Kampagnenmanagement, Community Management	24
tree Economica-Patitorien Erstellung on intalete und Kampagnan I dernationung Building, Interaktion und Moderation, Ni Aeragement und Community Building, Interaktion und Moderation, Ni Aeragement und Moderation, Ni Aeragement und Peartellung in Produktiongesche Integration, Aeragement interace, Inchinische Integration, Aeragement interace, Integration, Aeragement integration, Aeragement interace, Integration, Aeragement integration,			Planung und Redaktionskalender, Kampagnenmanagement,	
International Community Management Control Control Community Management Control Community Management Control Control Community Control Control Community Control Control Community Control C	Marketing auf weiteren E-Commerce-Plattformen	Erstellung von Inhalten und Kampagnen	Anzeigenformate und -optimierung	24
d Verkautspsychologie Grundlagen der Produktistung Erstellung und Vor Produktischung Bedeutung und Vor Verkautspsychologie der Optimierung von Produktisungen Britinhung in die Produktisungen, Bilder und Videos, Bewert und Verkautspsychologie der Obtimierung von Produktisungen Produktisungen, Bilder und Videos, Bewert und Verkautspsychologie und verkautspsychologie und Obtimierung auf Amazon, Otto, Kaufland Produktistungen Froduktischung – Produktischung – Produ	ĮĮ.	Engagement und Community Management	Community Building, Interaktion und Moderation, Nutzerbindung	16
Verkaufspsychologie Erstellung und Optimierung von Produktlistungen Produktbeschreibungen, Bilder und Videos, Bewart	Produktlistung und Verkaufspsychologie	Grundlagen der Produktlistung	Einführung in die Produktlistung, Bedeutung und Vortelle	80
Verkaufspsychologie Verkaufspsychologie Verkaufspsychologie Verkaufspsychologie Verkaufspsychologie Verkaufspsychologie Verkaufspsychologie Verkaufspsychologie Produktidografie, visuelle Gestaltung Produktidografie, visuelle G	Produktlistung und Verkaufspsychologie	Erstellung und Optimierung von Produktlistungen	Produktbeschreibungen, Bilder und Videos, Bewertungen und Rezensionen	24
Footbriefing und visualie Gestaltung Produktloografie, visualie Gestaltung Produktloografie, visualie Gestaltung, Ero, Optimierungsstrategien	Produktlistung und Verkaufspsychologie	Verkaufspsychologie und Conversion-Optimierung	Psychologische Trigger, Conversion-Optimierung, A/B-Testing	24
für E-Commerce-Pattformen Verkauftsitung und -beschreibung auf Arnazon, Otto, Kaufland Produktlistung, SEO, Optimierungsstrategien Verkaufssychologien visuelle Gastaltung, Fotobriefing und visuelle Gastaltung und visuelle Gastaltung, Fotobriefing und visuelle Gastaltung, Fotobriefing und visuelle Gastaltung, Fotobriefing und visuelle Gastaltung, Fotobriefing, Foto	Produktlistung und Verkaufspsychologie	Fotobriefing und visuelle Gestaltung	Produktfotografie, visuelle Gestaltung, Fotobriefing	24
Fordundagen and Verkaufspsychologie und Conversion-Optimienung Psychologische Trigger, AB-Testing Fordundagen und Fotobriefing und visuelle Gestaltung Produktiologische Trigger, AB-Testing Produktion-Interfaces, Lechnische Integration Platform-Interfaces, Lechnische Integration Produktivationg in Shopity, Kont Produktivationg in Shopity, Estellung eines Shopity-Kont Produktivationg in Shopity, Estellung eines Shopity-Kont Produktivationg in Shopity, Marketing Integration und Verwaltung Produktivationg in Und Versandzonen und Janffen. Estillung und Persandmentoden Auswaltung von Versandzonen und Janffen. Steuerienstellungspateways. Versandzonen und Janffen. Steuerienstellungspateways. Interpretation und Janffen. E-Mail-Marketing Integration Produktivationg und Berautong. Automatisteriong. Entitlung von Newsletten und Kampagnen Vivillecomensagement Erstellung von Newsletten und Kampagnen Nivillecomensagement Steuerienstellung von Newsletten und Kampagnen Nivillecomensagement Analyse und Optimierung Analyse und	Spezielle Themen für E-Commerce-Plattformen	Produktlistung und -beschreibung auf Amazon, Otto, Kaufland		24
1 für E-Commerce-Plattformen Fotobriefing und visuelle Gestaltung Produktolografie, visuelle Gestaltung, Fotobriefing 1 für E-Commerce-Plattformen Plattform-Interfaces und technische Integration Produktschalog. Idlen Grundlagen der Shop-Erstellung Produktschalog. Idlen Produktschalog. Produktschalog. Produktschalog. Produktschalog. Produktschalog. Produktschalog. Produktschalog. Produktschalog. Produktschalog. Produktschalog. Poduktbeschreibung und Optimierung von Produktbieden. Zahlungsgateways. Poduktbeschreibungen und Verwaltung Zahlungsgateways. Auswahl und Integration von Zahlungsgateways. Auswahlung von Researdzonen und -tarifen. Stellungspateways. Stellungsgateways. Versandmethoden. Stellungsgateways. Zahlungs- und Versandmethoden. Stellungsgateways. Stellung von Vorsiellung von Versandzonen und -tarifen. Stellung von Newslettern und Kampagnen. Konfiguration von Stellerberschringsbreich. E-Mall-Marketing Integration. E-Mall-Marketing integration. Grundlagen des E-Mall-Marketing und Personalisierung. Newsletter-Design. <td>Spezielle Themen für E-Commerce-Plattformen</td> <td>Verkaufspsychologie und Conversion-Optimierung</td> <td>Psychologische Trigger, A/B-Testing</td> <td>24</td>	Spezielle Themen für E-Commerce-Plattformen	Verkaufspsychologie und Conversion-Optimierung	Psychologische Trigger, A/B-Testing	24
für E-Commerce-Platiformen Platiform-Interfaces und technische Integration Platiform-Interfaces, Lechnische Integration Poduktivation illen Grundlagen der Shop-Erstellung Produktivation Produktivation Produktivation Produktivation Produktivation Perstandsverwaltung Perstandsverwaltung Produktivarianten und -optionen. Bestandsverwaltung Bestandsverwaltung Pervoduktivarianten und -optionen. Bestandsverwaltung Produktivarianten und -optionen. Bestandsverwaltung Produktivarianten und -optionen. Produktivarianten und -optionen. Produktivarianten und -optionen. Perstellung und Optimierung von Produktivarianten. Produktivarianten und -optionen. Zahlungsgateways. Auswaltung Produktivarianten. Ansilvarianten. Versandmethoden Konfiguration von Zelutivingen. Steuerberschrungen. Konfiguration von Steuerberchrungen. Auswaltung von Versandzonen und -tarifen. E-Mail-Marketing Integration Bestimentingen und -tarifen. Kantomatisierung. Erstellung von Newslettern und Kampagnen Norhilkommenssellen, Warterlen und Heraustorden Segmentierung Analyse und Optimierung	Spezielle Themen für E-Commerce-Plattformen	Fotobriefing und visuelle Gestaltung	Produktfotografie, visuelle Gestaltung, Fotobriefing	16
Emithhung in Shopify, Estellung eines Shopify-Kont	Spezielle Themen für E-Commerce-Plattformen	Plattform-Interfaces und technische Integration	Plattform-Interfaces, technische Integration, API-Integrationen	16
Produktivataliog: Produktivataliog: Produktivataliog: Produktivation: Produktivation: Produktivation: Produktivation: Produktivation: Produktivation: Produktivation: Produktivation: Produktivation: Bestandsivewaching in di-verwaltung: Bestandsivewaching und optimierung von Produktibidean. Zahlungsgateways: Auswahl und Integration von Zahlungsgateways: Auswahl und Integration von Zahlungsgateways: Auswahl und Integration von Zahlungsgateways: E-Mall-Marketing Tools: Integration von E-Mall-Marketing Integration Grundlagen des E-Mall-Marketing integration Segmentierung von Newslettern und Kampagnen (Wilkommensselen, Warenkonbabrechen) Kampagnenmanagement: Erstellung von Newslettern und Kampagnen Vierwaltung und Verwaltung, Vorteile und Herausfordet Segmentierung und Personalisierung Analyse und Optimierung KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie	Online Shop erstellen	Grundlagen der Shop-Erstellung	Einführung in Shopify, Erstellung eines Shopify-Kontos:	16
Produktvarialine in und -optionen. Bestandsververlung. Bestandsverververlung. Bestandsverververlung. Bestandsverververververververververververververv			Produktkatalog: Produkte hinzufügen und bearbeiten.	
Bestandsvewachung und verwaltung. Produkteisverkeitung in de verwaltung. Produkteisverkeitung und blider. Erstellung und Optimierung von Produktbidern. Zahlungsateways: Autswah lund integration von Zahlungsgateways. Zahlungsateways: Autswah und integration von Zahlungsgateways. Zahlungsateways: Autswah und integration von Zahlungsgateways. Seuereinstellungen: Ernichtung und Seuerberechnungen. Ernichtung und Seuerberechnungen. Ernichtung und versandzonen und -tarifen. Seuereinstellungen: Ernichtung und versandzonen und -tarifen. Seuereinstellungen: Ernichtung und versandzonen und -tarifen. Seuereinstellungen: Ernichtung automatisierer Erwai-Kampengen ernichtung und verwaltung von Erwai-Marketing in Shopify. Automatisieren. Erwai-Marketing integration Erstellung automatisierer Erwai-Kampengen ernichtung und Verwaltung von Erwai-Marketing inchaitserstellung, socialierung automatisierung Analyse und Optimierung KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie			Produktvarianten und -optionen.	
Produkteschreibung und Optimierung von Produkteschreibung und Optimierung von Produkteschreibung und Optimierung von Produkteschreibung und Optimierung von Produkteschreibungen und Verwaltung herbeitung und Optimierung von Produkteschreibungen. Zahlungsgateways: Auswahl und Integration von Zahlungsgateways. Versrandmethoden. Steuereinstellungen: Emfaltung von Orstenandzonen und -tarifen. Steuereinstellungen: Emfaltung von Orstenandzonen und -tarifen. Steuereinstellungen: Emfaltung von Steuerberechnungen. Emfaltung von Steuerberechnungen. Emfaltung von Emfaltwartering integration Corundiagen des E-Mail-Marketing integration Segmentierung und Personalisierung Analyse und Optimierung KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie			Bestandsverwaltung:	
Produkteinstellungen und Verwaltung Estellung und Optimierung von Produktseschreibun			Produktbeschreibungen und Bilder:	
Hochiaden und Appassen von Produktelingen und Verwaltung Hochiaden und Appassen von Produktbildem.			Erstellung und Optimierung von Produktbeschreibungen.	
Autswah und integration vor Zahlungsgateways. Zahlungs- und Versandmethoden Endingtung von Versandmethoden Steuereinstellungen: Konfiguration von Steuerberechnungen. E-Mail-Marketing-Tools in Shopify, Automatistenung E-Mail-Marketing-Tools in Shopify, Automatistenung Eninchtung automatistener E-Mail-Kampagnen (Willkommensserien, Warenkorbabbrechen). Kampagnenmanagagnennti. Erstellung von Newslettern und Kampagnen Segmentierung und Personalisierung Analyse und Optimierung Manalyse und Optimierung KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie	Online Shop erstellen	Produkteinstellungen und Verwaltung	Hochladen und Anpassen von Produktbildern.	24
Versandmethoden Cahlungs- und Versandmethoden Cahlungs-			Zahlungsgateways: Answah und Internation von Zahlungsgateways	
Elinichtung von VersandZonen und -tarifen. Steuereinstellungen. Enthingen und versandZonen und -tarifen. Steuereinstellungen. Konfiguration von Steuerberechnungen. E-Mall-Marketing -Tools: Integration von E-Mail-Marketing-Tools: Integration von E-Mail-Marketing-Tools: Integration von E-Mail-Marketing-			Versandmethoden:	
Standard Configuration on Stelentsfellunger. Standard Configuration on Stelentsfellunger.			Einrichtung von Versandzonen und -tarifen.	
E-Mall-Marketing-Tools in Shopify, Automatiserung in Progration von E-Mail-Marketing-Tools in Shopify, Automatiserung in Progration von E-Mail-Marketing-Tools in Shopify, Automatiserung in Progration von E-Mail-Marketing-Tools in Shopify, Automatiserung in Progration von E-Mail-Marketing-Reinford in Progration von Rewisiterung in Presonalisierung in Presonalisierung in Presonalisierung in Presonalisierung in Progration von Programment von Pro	rollatore god Seciled	Zahlunge, und Voreandmathoden	Steuereinstellungen: Konfermation von Steuerhemachemagen	4
Integration von E-Mail-Marketing-Tools in Shopity. Automatisteurug. Automatisteurug. E-Mail-Marketing Integration Grundlagen des E-Mail-Marketings Grundlagen des E-Mail-Marketings Definition und Bedeutung, Vorteile und Herausforden Segmenterung von Newsletten und Kampagnen Segmenterung und Personalisierung Analyse und Optimierung KPI-Definition und -Messurg, Optimierungsstrategie		Zamunga- und Versandmennoden	E-Mail-Marketing-Tools:	2
Automatisierung: E-Mait-Marketing Integration Grundlagen des E-Mait-Marketings CAUDigital GmbH, Blücherstraße 32, 75177 Pforzheim			Integration von E-Mail-Marketing-Tools in Shopify.	
Villicommenseries, Varies Livered Li			Automatisierung: Eindichtung eintematisierter E Mail Kampanan	
E-Mail-Marketing Integration E-Mail-Marketing Integration E-Mail-Marketing-Kampagnennanagement: E-Mail-Marketing-Kampagnen E-Intwicklung und Verwaltung von E-Mail-Marketing-Kampagnen Definition und Bedeutung, Vorteile und Herausforden Erstellung von Newstatern und Kampagnen Newstater-Design, Inhalterstallung, technische Um Segmentierung und Personalisierung Analyse und Optimierung KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie CAI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie			Ellinchung automatisterter E-mail-banipagnen (Willkommensserien, Warenkorbabbrecher).	
ilen E-Mail-Marketing Integration Entwicklung und Verwaltung von E-Mail-Marketing-K Grundlagen des E-Mail-Marketings Grundlagen des E-Mail-Marketings Grundlagen des E-Mail-Marketings Definition und Bedeutung, Vorteile und Herausforder Erstellung von Newslettern und Kampagnen Newsletter-Design, Inhaltserstellung, technische Um Segmentierung und Personalisierung Analyse und Optimierung KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategle			Kampagnenmanagement:	
Grundlagen des E-Mail-Marketings Definition und Bedeutung, Vorteile und Herausforder	Online Shop erstellen	E-Mail-Marketing Integration	Entwicklung und Verwaltung von E-Mail-Marketing-Kampagnen.	24
Erstellung von Newslettern und Kampagnen Newsletter-Design, inhaltserstellung, technische Um Segmentierung und Personalisierung Datenanalyse, Personalisierung Analyse und Optimierung KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie	E-Mail-Marketing	Grundlagen des E-Mail-Marketings	Definition und Bedeutung, Vorteile und Herausforderungen	80
Segmentierung und Personalisierung Datenanalyse, Personalisierung Analyse und Optimierung Analyse und Optimierung Analyse und Optimierungsstrategie (KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie (CM Digital GmbH, Blücherstraße 32, 75177 Pforzheim	E-Mail-Marketing	Erstellung von Newslettern und Kampagnen	Newsletter-Design, Inhaltserstellung, technische Umsetzung	16
Analyse und Optimierung KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategie (CM Digital GmbH, Blücherstraße 32, 75177 Pforzheim	E-Mail-Marketing	Segmentierung und Personalisierung	Datenanalyse, Personalisierung	16
	E-Mail-Marketing	Analyse und Optimierung	KPI-Definition und -Messung, Optimierungsstrategien	20
	Bildungsträger: KCM Digital GmbH, Blücherstraße 32, 7517,	Pforzheim	Untertrichtseinheiten gesamt:	089



Lehrplan 2

Social Media Manager

Wenn Sie sich für die Schulung "Social Media Manager" entscheiden, erhält Ihr Mitarbeiter fundiertes Wissen in den Bereichen **Social Media Marketing, Content-Erstellung, Community-Management und Branding**.

Algemeines	Modul	Untermodul	Inhalte	Unterrichtseinheiten (UE
Allgemeines Zile für Social Media Marketing Social Media Marketrdass Die wichtigen socialen Netwerke Erfolgreiche Fallstuden Froliteiter in Netwerke Social Media Masterclass Analysetosia und Bentie Erfolgreiche Fallstuden Froliteiter in Internet Die Social Media Masterclass Analysetosia und Bentie Erfolgreiche Fallstuden Froliteiter in Netwerke Die Wichtigen Schale Media in Gesamtstrate Integration von Social Media in Gesamtstrate Positionierung in Internet Positionierung in Inter	Allgemeines	Allgemeines Social Media	Allgemeines Social Media	
Allgemeines Ziele für Social Media Masterdias Social Media Masterdias Die wichtigsten sozialen Netzwerke Die wichtigsten sozialen Netzwerke Social Media Masterdiass Die wichtigsten sozialen Netzwerke Social Media Masterdiass Trends & Entwicklungen Trends & Entwicklungen Social Media Masterdiass Erfolgreiche Fallstudien Analyseotosu und Berichte Analyseotosu und Marknaunfbau 1 Teostelloriang Internet Positionierung im Internet Zelfgruppenanalyse				
Social Media Masterclass Was ist Social Media Markerclass Social Media Masterclass Trends & Entwicklungen Trends & Entwick	•			4
Social Modia Masterclass Trends & Entwicklungen Social Modia Masterclass Social Modia Masterclass Frends & Entwicklungen Trends & Entwick		•	•	
Social Media Masterclass ProCund organisches Social Media Marketin Social Media Masterclass Social Media Masterclass Foligreiche Fallstudien Analysetolos und Berichte Social Media Masterclass Analysetolos und Berichte Social Media Masterclass Analysetolos und Berichte Social Media Masterclass Analysetolos und Berichte Integration von Social Media Marketin Prolitoricum; in Internet Africanaufbau Analysetolos und Berichte Destinoricum; in Internet Africanaufbau Africanaufbau Archanufbau Archanuf		•		8
Social Media Masterclass		•	•	3
Social Media Masterclass		•	•	8
Social Media Masterclass Integration von Social Media in Gesamtstrate Positionierung im Internet Pocitant Erstellung Best Practices Positionierung im Internet Pocitante Interneturung Ponterneturung Porturung Portu		_	_	8
Positionierung im Internet Positionierung im Int	Social Media Masterclass	•	•	8
Positionierung im Internet Positionierung im Internet Positionierung im Internet Positionierung & Psychologische Muster Positionierung im Internet Positionierung & Psychologische Muster Positionierung & Psychologische Muster Content Erstellung Content Erstellung Description & Best Practices Best Practices Best Practices Gontent Erstellung PPC-Content vs. organischer Content PPC-Content vs. organischer Content Content Erstellung Textbelträge Te	Social Media Masterclass	Integration von Social Media in Gesamtstrate	Integration von Social Media in Gesamtstrate	3
Positionierung im Internet Positionierung im Internet Polarisierung & Psychologische Muster Content Erstellung Tools und Techniken Tools und Techniken Tools und Techniken Tools und Techniken 1 Textbellung 1 PPC-Content vs. organischer Content 1 Textbellung 1 Textbeliräge 1 Long Form Videos 2 Toolenter Erstellung 2 Toolenter Textbeliräge 2 Toolenter Textbeliräge 3 Toolenter Markeiting 4 Toolenter Markeiting 5 Toolenter Markeiting 5 Toolenter Markeiting 5 Toolenter Markeiting 6 Toolenter Markeiting 6 Textbasierter Content 7 Textbasierter Toolent 7 Textbeliräge 7 Textbeliräg	Positionierung im Internet	-	-	16
Positionieurug im Internet Polarisierung & Psychologische Muster Tools und Techniken 1		Zielgruppenanalyse	Zielgruppenanalyse	16
Content Erstellung Zeitmanagement Zeitmanagement Zeitmanagement Schmanagement Zeitmanagement Zeitmanagement Zeitmanagement Schmanagement Best Practices 1 1 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2		•		16
Content Erstellung PPC-Content vs. organischer Content PPC-Content vs. organischer Content Cristellung PPC-Content vs. organischer Content PPC-Content vs. organischer Content PPC-Content vs. organischer Content Cristellung Textbeiträge Taxtbeiträge Short Form Videos Short Form Video Short Form Videos Short Form Vi	-			16
Content Erstellung PPC-Content vs. organischer Content PPC-Content vs. organischer Content Cristellung PPC-Content vs. organischer Content PPC-Content vs. organischer Content PPC-Content vs. organischer Content Cristellung Textbeiträge Taxtbeiträge Short Form Videos Short Form Video Short Form Videos Short Form Vi	Content Erstellung	Zeitmanagement	Zeitmanagement	16
Content Erstellung PPC-Content vs. organischer Content PPC-Content vs. organischer Content 1 Content Erstellung Textbeiträge Textbeiträge 1 Content Erstellung Bilder & Grafiken Bilder & Grafiken 1 Content Erstellung Short Form Videos Short Form Videos 1 Content Erstellung Long Form Videos Short Form Videos 1 Content Erstellung Content-Kalender Content-Kalender 1 Content Erstellung Kollaborative Tools Kollaborative Tools 1 Content Erstellung Kollaborative Tools Kollaborative Tools 1 Content Erstellung Rechtlifiche Aspekte und Urheberrecht 1 Content Marketing Grundlagen organisches Marketing Grundlagen organisches Marketing Grundlagen organisches Marketing Content Marketing Platformen Platformen Platformen Content Marketing Content Marketing Content Marketing Erfolgsmessung und KPI-Analyse Erfolgsmessung und KPI-Analyse Erfolgsmessung und KPI-Analyse Erfolgsmessung und KPI-Analyse Content Marketing Bild- und Grafik-Content Textbasierter Content, Twitter, Thread, etc 1 Content Marketing Bild- und Grafik-Content Bild- und Grafik-Content 1 Content Marketing Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement 1 Content Marketing Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement 1 Content Marketing Grundlagen Contentmanagement Ressourcenmanagement 1 Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement 1 Content Marketing Grundlagen Grundlag	•	•	_	16
Content Erstellung Bilder & Grafiken Bilder & Grafiken 1 1 Content Erstellung Bilder & Grafiken Bilder & Grafiken 1 1 Content Erstellung Short Form Videos Short Form Videos 1 1 Content Erstellung Kollaborative Tools Kollaborative Tools Content Erstellung Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Content Erstellung Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Content Marketing Content Marketing Content Marketing Content Marketing Community Management Community Management Community Management Content Marketing Content Marketing Content Marketing Content Marketing Erfolgsmessung und KPI-Analyse Erfolgsmessung und KPI-Analyse Erfolgsmessung und KPI-Analyse Content Marketing Erfolgsmessung und KPI-Analyse Erfolgsmessung und KPI-Analyse Content Marketing Bild- und Grafik-Content Estabsierter Content, Twitter, Thread, etc Content Marketing Bild- und Grafik-Content Video-Content Video-Content Content Marketing Strategie Str				12
Content Erstellung Short Form Videos Short Form Videos 1 Content Erstellung Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Content Erstellung Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Participe Aspekte und Urheberrecht Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Participe Aspekte und Urheberrecht Rechtliche Anwendung Paratise Bildurgen Grundlagen Content Marketing Rechtliche Anwendung Paratise Planung Langfristige Bildurgen Content Marketing Resourcenmanagement Ressourcenmanagement Notfallplane und Krisenmanagement Notfallplane und Krisenmanagement Ressourcenmanagement Resourcenmanagement Rechtliche Paratise Bildu	•	•	•	12
Content Erstellung Long Form Videos Long Form Videos 1 1 Content Erstellung Long Form Videos Long Form Videos 1 1 Content Erstellung Content-Kalender Content-Kalender Content-Kalender Content Erstellung Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Content Erstellung Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Grundlagen organisches Marketing Grundlagen Grandlagen Grundlagen	•	•		12
Content Erstellung Content Erstellung Content-Kalender Content-Kalender 1 1 Content Erstellung Kollaborative Tools Kollaborative Tools Kollaborative Tools Content-Kalender 1 1 Content Erstellung Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Plattornen Platt	Content Erstellung	Short Form Videos	Short Form Videos	12
Content Erstellung Content-Kalender Content-Kalender Kollaborative Tools (1) A Content Erstellung (2) Kollaborative Tools (3) 1 Content Erstellung (3) Rechtliche Aspekte und Urheberrecht (3) 1 Rechtliche Aspekte und Urheberrecht (3) 1 Rechtliche Aspekte und Urheberrecht (3) 1 Rechtliche Aspekte und Urheberrecht (3) Rechtliche Aspekte und Urhebrareth (3) Rechtliche Aspekte und Urhebrareth (3) Rechtliche (3) Rechtliche Aspekte und Urhebrareth (3) Aspekte und Urhebrareth (3) Aspekte und Urhebrareth (3) Aspekte und Urhebrare	•	Long Form Videos	Long Form Videos	12
Content Erstellung Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Grundlagen organisches Marketing Content Marketing Community Management Community Management Content Marketing Langfristige Bindung Langfristige Bindung Langfristige Bindung Content Marketing Erfolgsmessung und KPI-Analyse Content Marketing Textbasierter Content Textbasierter Content, Twitter, Thread, etc 1 Content Marketing Bild- und Grafik-Content Bild- und Grafik-Content, 1 Content Marketing Video-Content Video-Content Marketing Strategie Strategie Strategie 1 Content Marketing Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement 1 Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement Parketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement Notfalipläne und Krisenmanagement Notfalipläne und Krisenmanagement 1 Content Marketing Notfalipläne und Krisenmanagement Notfalipläne und Krisenmanagement 1 Dernet Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement 1 Dernet Marketing Notfalipläne und Krisenmanagement Notfalipläne und Krisenmanagement 1 Dernet Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement 1 Dernet Marketing Ressourcenmanagement	· ·	_		12
Content Erstellung Rechtliche Aspekte und Urheberrecht Grundlagen organisches Marketing Plattformen Plattformen Content Marketing Community Management Community Management Content Marketing Langfristige Bindung Langfristige Bindung Langfristige Bindung Content Marketing Erfolgsmessung und KPI-Analyse Erfolgsmessung und KPI-Analyse Content Marketing Textbasierter Content Textbasierter Content, Twitter, Thread, etc 1 Content Marketing Bild- und Grafik-Content Bild- und Grafik-Content, Twitter, Thread, etc 1 Content Marketing Video-Content Video-Content Wideo-Content Marketing Strategie Strategie Strategie 1 Content Marketing Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement 1 Content Marketing Resourcenmanagement Resourcenmanagement Resourcenmanagement Resourcenmanagement Morfalipläne und Krisenmanagement Marketing Resourcenmanagement Morfalipläne und Krisenmanagement Markenkommunikation Markenmanagement Morfalipläne und Krisen Morfalipläne und Krisen Morfalipläne und Krisen Morfalipläne und Krisen Übunge Franding-Workshops und praktische Übunge Kranding Morfalipläne und Krisen Morfalipläne und Krisen Morfalipläne und Krisen Morfalipläne über Morfalipläne	Content Erstellung	Kollaborative Tools	Kollaborative Tools	12
Content Marketing Plattformen	•	Rechtliche Aspekte und Urheberrecht	Rechtliche Aspekte und Urheberrecht	12
Content Marketing Community Management Community Management Community Management Content Marketing Langfristige Bindung Langfristige Bindung Erfolgsmessung und KPI-Analyse Erfolgsmessung und Kelle Erfolgsmessung und Kelle Erfolgsmessung und Kelle Erfolgsmessung und Kelle Erfolgsmessung und Erfolkte Anwendung	•		· ·	3
Content Marketing Erfolgsmessung und KPI-Analyse Erfolgsmessung und KPI-Analyse Content Marketing Textbasierter Content Textbasierter Content, Twitter, Thread, etc 1 Content Marketing Bild- und Grafik-Content Bild- und Grafik-Content, Twitter, Thread, etc 1 Content Marketing Wideo-Content Bild- und Grafik-Content, Content Marketing Video-Content Video-Content Video-Content Content Marketing Strategie Strategie Strategie Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement Besourcenmanagement Individual Langfristige Planung Langfristige Planung Langfristige Planung 1 Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement Individual Pravision Strategie Grundlagen Harkenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Grundlagen Grundlagen Social Media Einführung PPC Grundlagen Social Media Einführung PPC Grundlagen Social Media Einführung Herch Google Frolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen Grundlagen Videobearbeitungs of Wideobearbeitung und Effekte Grundlagen Videobearbeitungs Grundlagen Videobearbeitung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten Lickent Grundlagen Videobearbeitung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten Lickent Grundlagen Videobearbeitungs von visuellen Effekten Lickent Grundlagen Videobearbeitung von visuellen Effekten Lickent Grundlagen Videobearbeitung von visuellen Effekten Lickent Grundlage	•			8
Content Marketing Erfolgsmessung und KPI-Analyse und KPI-Analyse Erfolgsmessung und KPI-Analyse und	•	Community Management	Community Management	8
Content Marketing Erfolgsmessung und KPI-Analyse Erfolgsmessung und KPI-Analyse Content Marketing Textbasierter Content Textbasierter Content, Twitter, Thread, etc Content Marketing Bild- und Grafik-Content Bild- und Grafik-Content, Content Marketing Video-Content Video-Content Content Marketing Strategie Strategie Content Marketing Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement Content Marketing Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement Content Marketing Notfallpläne und Krisenmanagement Notfallpläne und Krisenmanagement Content Marketing Ressourcenmanagement Notfallpläne und Krisenmanagement Randling Grundlagen Rrandling Rrandling Praxis Praxis Rrandling Praxis Praxis Rrandling Markenmanagement Markenmanagement Rrandling Brandling-Workshops und praktische Übunge Brandling-Workshops und praktische Übunge RPC Grundlagen Social Media Einführung PPC Meta Meta Meta 1 PPC Google Google Google PPC Google Google PPC Google Google PPC Linkedln Linkedln PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen PPC-Kampagnen PPC-Kampagnen PPC-Kampagnen PPC-Kampagnen PPC-Kampagnen PPC-Kampagnen PRO-Kampagnen PPC-Kampagnen PPC-	Content Marketing	-		3
Content Marketing Textbasierter Content Textbasierter Content, Twitter, Thread, etc 1 Content Marketing Bild- und Grafik-Content, 1 Content Marketing Video-Content Video-Content, Content Marketing Strategie 1 Content Marketing Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement 1 Content Marketing Langfristige Planung Langfristige Planung 1 Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement 1 Content Marketing Ressourcenmanagement 1 1 Branding Grundlagen Grundlagen 1 1 Branding Grundlagen Grundlagen 1 1 Branding Markenkenmunikation Markenmanagement 1 1 Branding Markenkenmunikation Markenmanagement 1 1 Branding Branding-Workshops und praktische Übunge Branding-Workshops und praktische Übunge 1 1 </td <td>Content Marketing</td> <td></td> <td></td> <td>8</td>	Content Marketing			8
Content Marketing Video-Content Video-Content 1 Content Marketing Strategie 1 Content Marketing Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement 1 Content Marketing Langfristige Planung Langfristige Planung 1 Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement 1 Content Marketing Notfallpläne und Krisenmanagement 1 Branding Grundlagen Grundlagen Branding Theorie Theorie Branding Praxis Praxis Branding Markenkommunikation Markenkommunikation Branding Markenkommunikation Branding-Workshops und praktische Übunge Branding Branding-Workshops und praktische Übunge Branding-Workshops und praktische Übunge PPC Grundlagen Social Media Einführung PPC Meta Meta 1 PPC Meta Meta 1 PPC Google Google 1 PPC LinkedIn LinkedIn LinkedIn 1 PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte <td>Content Marketing</td> <td></td> <td></td> <td>16</td>	Content Marketing			16
Content Marketing Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement 1 Content Marketing Carundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement 1 Content Marketing Langfristige Planung Langfristige Planung 1 Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement 1 Content Marketing Notfallpläne und Krisenmanagement Notfallpläne und Krisenmanagement 1 Branding Grundlagen Grandlagen Markenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Markenmanagement Brandling Brandling-Workshops und praktische Übunge Brandling-Workshops und Verwaltung Unikedling-Workshops und Verwaltung U	Content Marketing	Bild- und Grafik-Content	Bild- und Grafik-Content,	16
Content Marketing Grundlagen Contentmanagement Grundlagen Contentmanagement 1 Content Marketing Langfristige Planung Langfristige Planung 1 Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement 1 Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement 1 Content Marketing Notfallpläne und Krisenmanagement Notfallpläne und Krisenmanagement 1 Branding Grundlagen Grundlagen Grundlagen Grundlagen Grundlagen Theorie Theorie Branding Praxis Praxis Praxis Branding Markenkommunikation Markenkommunikation Markenkommunikation Markenmanagement Branding Branding-Workshops und praktische Übunge Branding-Workshops und praktische Übunge Branding-Workshops und praktische Übunge PPC Grundlagen Social Media Einführung PPC Meta Meta Meta 1 PPC TikTok TikTok TikTok 1 PPC Google Google Google Google 1 PPC LinkedIn LinkedIn LinkedIn 1 PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen 1 PPC Optimierungstechniken Optimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup Technik und Setup 1	Content Marketing	Video-Content	Video-Content	16
Content Marketing Langfristige Planung Langfristige Planung 1 Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement 1 Content Marketing Notfallpläne und Krisenmanagement Notfallpläne und Krisenmanagement 1 Branding Grundlagen Grundlagen Frakis Frakis Praxis Ansending von visuellen Effekten Ansending von visuellen Effekten Ansending von visuellen Effekt	Content Marketing	Strategie	Strategie	12
Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement 1 Content Marketing Notfallpläne und Krisenmanagement Notfallpläne und Krisenmanagement 1 Branding Grundlagen Grundlagen	Content Marketing	Grundlagen Contentmanagement	Grundlagen Contentmanagement	12
Content Marketing Ressourcenmanagement Ressourcenmanagement 1 Content Marketing Notfallpläne und Krisenmanagement Notfallpläne und Krisenmanagement 1 Branding Grundlagen Grundlagen	Content Marketing	Langfristige Planung	Langfristige Planung	12
Branding Grundlagen Grundlagen Grundlagen Branding Theorie Theorie Branding Praxis Praxis Branding Markenkommunikation Markenkommunikation Branding Markenmanagement Markenmanagement Branding Branding-Workshops und praktische Übunge Branding-Workshops und praktische Übunge PPC Grundlagen Social Media Einführung PPC Meta Meta Meta 1 PPC TikTok TikTok TikTok 1 PPC Google Google Google 1 PPC LinkedIn LinkedIn 1 PPC Effolgreiche PPC-Kampagnen Effolgreiche PPC-Kampagnen 1 PPC Optimierungstechniken Optimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1 Fechnik und Setup 1 Fronkis und Setup 1 Fronkis und Setup 1 Fronkis und Setup 1 Fronkis und Setup 1 Fronkis und Setup 1	Content Marketing		Ressourcenmanagement	12
Branding Theorie Theorie Theorie Branding Praxis Praxis Branding Markenkommunikation Markenkommunikation Branding Markenmanagement Markenmanagement Branding Branding-Workshops und praktische Übunge Branding-Workshops und praktische Übunge PPC Grundlagen Social Media Einführung PPC Meta Meta Meta Meta 1 PPC TikTok TikTok TikTok 1 PPC Google Google Google Google 1 PPC LinkedIn LinkedIn LinkedIn 1 PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen 1 PPC Optimierungstechniken Optimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup Technik und Setup 1	Content Marketing	Notfallpläne und Krisenmanagement	Notfallpläne und Krisenmanagement	12
Branding Praxis Praxis Praxis Branding Markenkommunikation Markenkommunikation Branding Markenmanagement Markenmanagement Branding Branding-Workshops und praktische Übunge Branding-Workshops und praktische Übunge PPC Grundlagen Social Media Einführung PPC Meta Meta Meta Meta 1 PPC TikTok TikTok TikTok 1 PPC Google Google Google 1 PPC LinkedIn LinkedIn LinkedIn 1 PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen 1 PPC Optimierungstechniken Optimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1 Technik und Setup 1	Branding	Grundlagen	Grundlagen	3
Branding Markenkommunikation Markenkommunikation Branding Markenmanagement Markenmanagement Branding Branding-Workshops und praktische Übunge Branding-Workshops und praktische Übunge PPC Grundlagen Social Media Einführung PPC Meta Meta Meta 1 PPC TikTok TikTok TikTok 1 PPC Google Google Google 1 PPC LinkedIn LinkedIn 1 PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen 1 PPC Dottimierungstechniken Optimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 LinkedIn Effekte Technik und Setup 1 Erfolgreiche PPC-Kampagnen 1 Divestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1 Erchnik und Setup 1	Branding	Theorie	Theorie	3
Branding Markenmanagement Markenmanagement Branding Branding-Workshops und praktische Übunge Branding-Workshops und praktische Übunge PPC Grundlagen Social Media Einführung PPC Meta Meta Meta 1 PPC TikTok TikTok TikTok 1 PPC Google Google Google Google 1 PPC LinkedIn LinkedIn LinkedIn 1 PPC Effolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen 1 PPC Optimierungstechniken Optimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup Technik und Setup 1	Branding	Praxis	Praxis	3
Branding Branding-Workshops und praktische Übunge PPC Grundlagen Social Media Einführung PPC Meta Meta PPC TikTok TikTok PPC Google Google PPC LinkedIn LinkedIn PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen PPC Optimierungstechniken Optimierungstechniken PPC Optimierungstechniken Optimierungstechniken PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung Videobearbeitung und Effekte Grundlagen Videobearbeitungssoftware Grundlagen Videobearbeitungssoftware Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1	Branding	Markenkommunikation	Markenkommunikation	3
PPC Grundlagen Social Media Einführung PPC Meta Meta 1 PPC TikTok TikTok 1 PPC Google Google 1 PPC LinkedIn LinkedIn 1 PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen 2 PPC Optimierungstechniken 0ptimierungstechniken 1 PPC Optimierungstechniken 0ptimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Grundlagen Videobearbeitungssoftware Grundlagen Videobearbeitungssoftware 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1 1	Branding	Markenmanagement	Markenmanagement	3
PPC Meta Meta 1 PPC TikTok TikTok 1 PPC Google Google 1 PPC LinkedIn LinkedIn 1 PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen 1 PPC Optimierungstechniken Optimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Grundlagen Videobearbeitungssoftware Grundlagen Videobearbeitungssoftware 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1 1	Branding	Branding-Workshops und praktische Übunge	Branding-Workshops und praktische Übunge	3
PPC TikTok TikTok 1 PPC Google Google 1 PPC LinkedIn LinkedIn 1 PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen 1 PPC Optimierungstechniken Optimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Grundlagen Videobearbeitungssoftware Grundlagen Videobearbeitungssoftware 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1	PPC	Grundlagen Social Media	Einführung	3
PPC Google Google 1 PPC LinkedIn LinkedIn 1 PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen 1 PPC Optimierungstechniken Optimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Grundlagen Videobearbeitungssoftware Grundlagen Videobearbeitungssoftware 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1	PPC	Meta	Meta	12
PPC LinkedIn 1 PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen Erfolgreiche PPC-Kampagnen 1 PPC Optimierungstechniken Optimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Grundlagen Videobearbeitungssoftware Grundlagen Videobearbeitungssoftware 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1	PPC	TikTok	TikTok	12
PPC Erfolgreiche PPC-Kampagnen 1 PPC Optimierungstechniken Optimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Grundlagen Videobearbeitungssoftware Grundlagen Videobearbeitungssoftware 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1	PPC	Google	Google	12
PPC Optimierungstechniken 0ptimierungstechniken 1 PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Grundlagen Videobearbeitungssoftware Grundlagen Videobearbeitungssoftware 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1	PPC	LinkedIn	LinkedIn	12
PPC Budgetplanung und Verwaltung Budgetplanung und Verwaltung 1 Videobearbeitung und Effekte Grundlagen Videobearbeitungssoftware Grundlagen Videobearbeitungssoftware 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1	PPC	Erfolgreiche PPC-Kampagnen	Erfolgreiche PPC-Kampagnen	12
Videobearbeitung und Effekte Grundlagen Videobearbeitungssoftware Grundlagen Videobearbeitungssoftware 1 Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup 1	PPC	Optimierungstechniken	Optimierungstechniken	12
Videobearbeitung und Effekte Anwendung von visuellen Effekten Anwendung von visuellen Effekten 1 Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup Technik und Setup 1	PPC	Budgetplanung und Verwaltung	Budgetplanung und Verwaltung	12
Livestreaming und Webinar-Erstellung Technik und Setup Technik und Setup 1	Videobearbeitung und Effekte	Grundlagen Videobearbeitungssoftware	Grundlagen Videobearbeitungssoftware	16
	Videobearbeitung und Effekte	Anwendung von visuellen Effekten	Anwendung von visuellen Effekten	16
Livestreaming und Webinar-Erstellung Interaktive Elemente und Zuschauerbindung Interaktive Elemente und Zuschauerbindung	Livestreaming und Webinar-Erstellung	Technik und Setup	Technik und Setup	16
	Livestreaming und Webinar-Erstellung	Interaktive Elemente und Zuschauerbindung	Interaktive Elemente und Zuschauerbindung	16



Lehrplan 3

KI Marketing Manager

Wenn Sie sich für die Schulung "KI Marketing Manager" entscheiden, erhält Ihr Mitarbeiter praxisorientiertes Wissen im **Einsatz künstlicher Intelligenz** für Marketing, Kundenmanagement und Projektsteuerung sowie zur **Automatisierung von Geschäftsprozessen**.

Lehrplan_KI Marketing Manager	er		
Modul	Untermodul	Inhalte	Unterrichtseinheiten (UE)
Allgemeines	Finführung in KI: Geschichte und Evolution	Grundlagen Schlüsselbersonen und historische Meilensteine der KI	12
		Überblick über Algorithmen,	!
	i i	Machine Learning Modelle und	
Allgemeines	orundiagen der N. Techniken und Technologien	Detailed Alsiting and Integralise (Alsiting Alsiting Alsi	12
Aligemeines	Implementierung von KI-100ls in Geschaftsprozesse	Praktische Anieitung zur integration von Ki in tagliche Geschaftsablaure	12
Digitale Transformation und KI-Strategie	Datenschutzgrundlagen mit Kl	Gesetzliche Kahmenbedingungen und technische Losungen für Datenschutz in KI-Systemen	16
Digitale Transformation und KI-Strategie	Ethik und Moral in der Kl	Diskussion ethischer Fragen und moralischer Standards im Kontext von KI	16
Digitale Transformation und KI-Strategie	Entwicklung von KI-Strategien für Unternehmen	Strategieentwicklung für die Implementierung von KI in Geschäftsmodellen	16
Digitale Transformation und KI-Strategie	Change Management in der digitalen Transformation	Gestaltung des Veränderungsmanagements bei der Einführung von KI	16
Large Language Modelle	Einführung in Chat GPT Grok, Gemini, Deepseek & Co	Übersicht und Funktionsweise großer Sprachmodelle	20
l arge l anguage Modelle	Anwendingsfälle und Grenzen großer Sprachmodelle	Praktische Anwendungen und Limitationen der aktuellen Sprachmodelle	20
000000000000000000000000000000000000000	Integration und Anpassung von Sprachmodellen		
Large Language Modelle	in Geschäftsprozesse	Anleitung zur Eingliederung und Anpassung von LLMs	20
Large Language Modelle	Zukünftige Entwicklungen und Trends	Vorausschau auf zukünftige Innovationen und Trends in der KI-Landschaft	20
Lernen und Research	Perplexity: Messung der Sprachmodell-Leistung	Erläuterung des Konzepts Perplexity und dessen Bedeutung für die Bewertung von Modellen	20
Lernen und Research	Forschung und Entwicklung mit Chat GPT: Fallstudien	Darstellung von Forschungsprojekten und deren Ergebnisse mit Chat GPT	20
AI im Business	KI-Anwendungen in verschiedenen Geschäftsbereichen	Beispiele für den Einsatz von KI in Marketing, HR. Finanzen und mehr	36
AI im Business	ROI von KI-Investitionen messen und optimieren	Methoden zur Bewertung und Steigerung der Rentabilität von KI-Projekten	36
KI in der Buchführuna	Buchführung	Buchhaltung, Automatisierfer Abgleich	24
	Automatisierte Double Checks,	Automatisierte Double Checks,	
Qualitätskontrolle durch KI	Fehlermeldungen und Qualitätsstandards	Fehlermeldungen und Qualitätsstandards	16
Content Creation	Textgenerierung mit KI: Best Practices	Techniken und Best Practices für die Erstellung von Texten durch KI	24
Content Creation	Automatisierte Bildbearbeitung mit Kl	Nutzung von KI für die Verbesserung und Automatisierung der Bildbearbeitung	24
Content Creation	KI-gestützte Videoproduktion: Techniken und Tools	Werkzeuge und Methoden für die KI-gestützte Erstellung von Videos	24
Bilderstelling	Tachnikan dar Klagestitzten Rijdoenerierung	Frontening von Methoden zur Erzeiging von Ridem mit KI-Toole	38
Bilderstelling	Praktische Anwendingsfälle und Demos	Demonstration praktischer Anwendungsfälle für KI-generierte Rilder	3 %
Videokreation	Grindlagen der KI-gestiftzten Videonroduktion	Grundlegende Konzepte und Techniken für die KI-gestützte Videoproduktion	38
Citochio Citochio	Crafelling professionallar Midoon mit VI	Antoitrogon aur professionallon Vidocomtellum mit VI Interntitation	96
VIOCONICATION	Ciscaluring prioression relief videos fillt Ni	Amending to Manager and Manage	000
Al Ads Manager	Einsatz von Ki in werbekampagnen	Anwendung von KI zur Optimierung von Online-werbekampagnen	30
Al Ads Manager	Optimierung und Automatisierung von Ads mit KI	Strategien zur Automatisierung und Verbesserung von Werbeanzeigen durch Kl	36
KI Klone	Technologien und Methoden zur Erstellung von KI-Klonen	Überblick über Technologien zur Erstellung von digitalen Zwillingen	24
KI Klone	Rechtliche und ethische Betrachtungen	Betrachtung rechtlicher und ethischer Aspekte bei der Nutzung von KI-Klonen	24
Kundengewinnung	KI-Strategien zur Neukundengewinnung	Entwicklung und Umsetzung von KI-basierten Strategien zur Kundengewinnung	16
Kundengewinnung	Analyse und Optimierung von Kundengewinnungskampagnen	Analyse und Verbesserung von Kampagnen durch datengestützte Ansätze	16
E-Mail Marketing im Kl	E-Mail Erstellung, Al Tools & Al Secruity		24
KI-basiertes Kundenmanagement	Personalisierung von Kundeninteraktionen	Techniken zur Personalisierung der Kommunikation und Interaktion mit Kunden	
KI-basiertes Kundenmanagement	KI-gestützte CRM-Systeme: Aufbau und Nutzung	Aufbau und optimale Nutzung von CRM-Systemen unter Einsatz von KI	
Projektmanagement	KI-Werkzeuge im Projektmanagement	Nutzung von KI-Tools zur Verbesserung des Projektmanagements	28
Projektmanagement	Fallstudien: Erfolgreiche KI-Projekte	Analyse und Diskussion von Fallbeispielen erfolgreicher KI-Projekte	24
Automatisierung von Geschäftsprozessen	Automatisierungstechniken und -tools	Übersicht über Tools und Techniken zur Automatisierung mit Kl	24
Automatisierung von Geschäftsprozessen		Beispiele für die erfolgreiche Implementierung von KI in verschiedenen Sektoren	24
Automatisierung von Geschäftsprozessen		Methoden zur Bewertung der Wirksamkeit von Automatisierungstechniken	36
		1	
Bildungstrager: KCM Digital GmbH, Blucnerstraise 32, 75177 Pforzneim	erstraise 3z, 70177 Prorzneim	Untertrichtseinheiten gesamt:	006



FAQ

Bekomme ich die Förderung wirklich?

Ja, deutsche Unternehmen haben aktuell hervorragende Chancen auf diese Förderung.

Ist der Antrag viel Papierkram?

Nein, der Antrag erfordert mit uns nur etwa 15 Minuten Aufwand.

Muss ich meinen Mitarbeiter komplett für die Schulung abstellen?

Dank der flexiblen und digitalen Struktur der Weiterbildung können Ihre Mitarbeiter diese problemlos absolvieren und trotzdem weiterhin ihre Aufgaben im Unternehmen erfüllen. Sie können ihre Mitarbeiter daher sorgenfrei an der Schulung teilnehmen lassen.

Ist das im Sinne des Staates?

Ja, die Bundesagentur für Arbeit bezeichnet dies als "Qualifizierungs<u>offensive</u>". Der Staat möchte die Digitalisierung im Onlinehandel in Deutschland fördern, weshalb dieses Programm und der entsprechende Fördertopf eingerichtet wurden.

Welche Kosten werden durch die Förderung abgedeckt?

Die Förderung deckt sowohl die gesamten Weiterbildungskosten als auch bis zu 75 % der Lohnkosten für die Mitarbeiter ab, die an der 10 Monate dauernden Schulung teilnehmen. Im Schnitt bedeutet das pro Antrag etwa 15.000€ Lohnkostenzuschuss und eine kostenfreie Mitarbeiterschulung für Sie.

Kann ich die Förderung auch für mehrere Mitarbeiter beantragen?

Ja, Sie können die Förderung für mehrere Mitarbeiter beantragen und auch für neu eingestellte Mitarbeiter beantragen.

Wie beantrage ich die Förderung (korrekt)?

Wir unterstützen Sie kostenfrei bei der Antragstellung, damit Sie alles korrekt erledigen, zusätzlichen Papierkram vermeiden und Ihre Chancen auf Bewilligung maximieren. Vereinbaren Sie einen Termin, und wir starten direkt mit Ihrem Förderantrag: https://calendly.com/wolofa/foerderung

Wo ist der Haken?

Wir wissen aufgrund der aktuellen politischen Lage nicht, wie lange diese Möglichkeit noch besteht. Denken Sie daran, dass diese Chance 100% kostenfrei ist und es sich um eine Initiative handelt, deren Fördertopf bereits morgen ausgeschöpft sein könnte. Handeln Sie sofort, um diese einmalige Gelegenheit nicht zu verpassen.



Machen Sie jetzt den

ersten Schritt

zu Ihrem geförderten Erfolg!

Sind Sie bereit, Ihre Mitarbeiter weiterzubilden und von einem Lohnkostenzuschuss zu profitieren?

Wir wissen aufgrund der aktuellen politischen Lage nicht, wie lange diese Fördermöglichkeit noch besteht!

Klicken Sie auf diesen Link → https://calendly.com/wolofa/foerderung
Vereinbaren Sie einen kurzen Telefontermin mit uns!

Wir helfen Ihnen kostenfrei die Förderung zu beantragen.

Keanu Wohlfahrt Geschäftsführer

emilacht.

Alexander Lorenz Geschäftsführer

Whearth Loner

Lohnkostenförderung.de – Ihr Weg zu gefördertem Erfolg.

WoLoFa GmbH | Brunhildenstraße 8 | 85579 Neubiberg | info@lohnkostenfoerderung.de