



Wir finden eine Weiterbildung, die zu Ihnen passt. **Expertenwissen für Ihre Karriere sichern.**

Im Folgenden sehen Sie die IFM-Diplome, eine kleine Auswahl aus unserem Angebot aus über 150 Weiterbildungen. Alle IFM-Diplome bestehen aus Modulen, die einzeln buchbar sind.

Einen kompletten Überblick über alle unsere Weiterbildungen finden Sie auch hier:

Geförderte Weiterbildungen beim IFM

- Kaufmännische Weiterbildung
- Personalwesen
- Immobilienmanagement
- EDV Kenntnisse
- Marketing
- Coach, Trainer, Kommunikation
- Management
- Modulkombinationen

Unsere Standorte

Seminarzentrum Berlin
Prenzlauer Berg

Seminarzentrum Berlin
Charlottenburg

Seminarzentrum
Potsdam

Sie haben Fragen zu Ihrer Weiterbildung? Rufen Sie uns an.
Wir beraten Sie gerne!

Marketing IFM-Zertifikat

Dauer: 1 Monat

Lehrinhalte

Grundlagen Marketing

- Marketingziele
- Marketingformen
- Marketinginstrumente
- Kundenzufriedenheit als Kernaufgabe des Marketings
- Strategisches und operatives Marketing
- Unterschiede: B2B-/B2C-Bereich
- Wandel vom Verkäufer- zum Käufermarkt
- Bedeutung des Beziehungsmarketings
- Marketing unter Berücksichtigung der DSGVO

Marktforschung

- Marktforschung und Markttransparenz
- Marktforschungsprojekte
- Marktforschung mit geringem finanziellen Aufwand
- Methoden zur Beschaffung eigener Daten - Primärforschung
- Methoden zur Beschaffung vorhandener Daten: Sekundärforschung

Marketingkonzept

- Bedeutung und Ziele für das strategische Marketing.
- Phasen eines Marketingkonzepts: Situationsanalyse, Marketingziele, Marketingstrategie, Marketinginstrumente, Marketingbudget und Marketingcontrolling

Analyseinstrumente und Marketingstrategien

- Unternehmens-, Umfeld- und Marktanalyse, insbesondere Konkurrenz- und Kundenbedürfnisanalyse.
- SWOT-Analyse.
- Bestimmung von Marktsegmenten und Zielgruppen.
- Erkennen und Entwickeln von Alleinstellungsmerkmalen (USPs) zur Sicherung von Wettbewerbsvorteilen.
- Entwicklung von Marketingstrategien.

Der Marketing-Mix

- **Produkt:** Produktinnovation, Produktelimination, Vorkauf-, Kauf- Nachkaufphase, Gestaltung der Produktqualität, Markierung von Produkten, das Produktprogramm
- **Preis:** Einflussfaktoren für die Preisbildung – Kosten, Konkurrenten und Konsumenten; praktische preispolitische Handlungsmöglichkeiten – Preisstrategien und Modelle der Preisgestaltung
- **Kommunikation:** Klassische Instrumente wie z. B. Werbung, persönliche Kommunikation, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit (PR), Sponsoring, Messen oder Eventmarketing, Guerilla Marketing, Ambush Marketing, Ambient Marketing, Online Marketing, Content Marketing, Social Media etc.

	▪ Distribution: Direkte/indirekte Vertriebswege, E-Commerce, Multi-Channel-Marketing und Absatzlogistik.
Prüfung	▪ interne, schriftliche Prüfung

Was Sie sonst noch wissen sollten...

Wir sind seit über 27 Jahren ein kompetenter Bildungspartner für alle, die ihre Qualifizierungsdefizite für eine erfolgreiche berufliche Entwicklung ausgleichen möchten.

Unsere Weiterbildung gestaltet sich methodisch aus einem Wechsel von Seminaren, Vorträgen und Projektphasen. Unsere Trainer kommen sowohl aus Unternehmen als auch von universitären Einrichtungen und verfügen über langjährige praktische Erfahrungen. Wir legen höchsten Wert auf ein hohes Maß an fachlicher, methodisch- didaktischer und sozialer Kompetenz unserer Trainer.

Der Unterricht findet überwiegend als **Präsenzunterricht** mit einem Fachdozenten in unseren modern ausgestatteten Seminarräumen statt. Unterstützt wird die Wissensvermittlung durch Übungs- oder Projektstage, die in Eigenverantwortung in unserem Hause durchgeführt werden.

Unsere geförderten Weiterbildungen sind modular aufgebaut. Jedes Modul umfasst in der Regel 20 Unterrichtstage. Der Unterricht findet Montag bis Freitag von 8.30 bis 15.45 Uhr statt.

Als Kooperationspartner der Agenturen für Arbeit und der Jobcenter sind wir sowohl als Unternehmen als auch unsere Maßnahmen **nach AZAV zertifiziert**. Eine Förderung der Module über andere Kostenträger wie Deutsche Rentenversicherung, Berufsgenossenschaft oder BFD ist ebenfalls möglich.

Nach einem persönlichen **Beratungsgespräch in unserem Hause** erstellen wir Ihnen Ihr Weiterbildungsangebot, mit dem Sie bei der Agentur für Arbeit oder beim Jobcenter den **Bildungsgutschein** beantragen können.

Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gern!

Online Marketing inkl. Google Zertifizierung IFM-Zertifikat

Dauer: 1 Monat

Lehrinhalte

Grundlagen Onlinemarketing	▪ Einführung Online Marketing ▪ Unterschiede Onlinemarketing zum klassischen Marketing ▪ Instrumente eines ausgewogenen Online-Marketing-Mixes ▪ Online-Marketing – Ziele und Strategien ▪ Tipps, Tricks und Trends: Native Advertising, Influencer Marketing
Websites und Usability	▪ Konzeption einer Unternehmenswebsite ▪ Welche Inhalte werden benötigt und was kostet nur unnötig Geld? ▪ Was hat es mit dem Thema "Content Marketing" auf sich? ▪ Was ist bei der Usability zu beachten? ▪ Mit welchen Tools kann man die Usability testen und verbessern?
Suchmaschinen- optimierung (SEO)	▪ Responsive und Adaptive Webdesign Funktionsweisen der Suchmaschinen ▪ HTML-Grundlagen (semantisches HTML) ▪ Der SEO-Prozess in seinen einzelnen Schritten ▪ On und Off-Page Optimierung ▪ Der Prozess der Keywordrecherche und richtige Platzierung von Keywords ▪ auf der Webseite und in Meta tags ▪ Linkbuilding, Social Signals ▪ Kostenlose Tools für den SEO ▪ Prozess ▪ Trends im SEO (u.a. Usability)
Content Marketing	▪ warum Content Marketing und SEO eng miteinander vernetzt sind ▪ passender Content für eine konkrete Zielgruppenansprache ▪ Schaffung von Mehrwert für den User Arten und Verbreitung von Content ▪ Texten für das Web ▪ Influencer-Marketing
Suchmaschinenwerbung (SEA)	▪ Vor- und Nachteile von SEA ▪ Effiziente Suchmaschinenwerbung ▪ SEA-Strategien ▪ Kampagnenerstellung mit Google Ads ▪ Verwaltung verschiedener Google Ads ▪ Konten und Kampagnen

Display-Advertising, Affiliate Marketing, Email-Marketing	▪ Display Advertising ▪ Funktionsweise der Bannerwerbung ▪ Geeignete Bannerformate ▪ Bannerarten ▪ Aufbau von Landingpages ▪ Affiliate-Marketing ▪ Vor- und Nachteile von Affiliate Marketing ▪ Abstimmung zwischen Affiliate Publisher und Netzwerk ▪ Bezahlmodelle ▪ -Suche nach den Top-Affiliates ▪ E-Mail-Marketing ▪ Aufbau einer Newsletter-Kampagne ▪ Merkmale eines erfolgreichen Newsletters ▪ Methoden zur Adressgenerierung ▪ Reduzierung der Abmeldedaten ▪ Newsletter-Software
Web Analytics	▪ Messbare Kennzahlen ▪ Key Performance Indicator (KPI) ▪ Vor- und Nachteile der Kennzahlen ▪ Performance Monitoring: Traffic ▪ Analyse und Web-Performance ▪ Die wichtigsten KPI's im Überblick ▪ Social Media KPI's ▪ Tracking Tools im Hinblick auf die neuen Datenschutzbestimmungen
Social Media Marketing	▪ Grundlagen ▪ Strategien und Kampagnen ▪ Zielgruppenanalyse ▪ Aufbau und Führung eines Redaktionsplans ▪ Vernetzung von Content Marketing mit Social Media Marketing ▪ Integration in den klassischen Marketingmix ▪ Social Media Marketing und der B2B Bereich ▪ Messbare Erfolge
Rechtliche Aspekte	▪ Domainrecht ▪ Markenrecht ▪ Wettbewerbsrecht ▪ Urheberrecht ▪ Haftung für Inhalte ▪ Linkhaftung ▪ Datenschutz ▪ Anbieterkennzeichnung (Impressumspflicht) ▪ Online-Kommunikation ▪ Fernabsatzrecht (Widerrufsbelehrung) ▪ AGB für Onlineshops ▪ Vertragsrecht ▪ Abmahnung
Mobile Marketing Grundlagen	▪ Einführung e-Communication ▪ Web-App, Native App & Hybrid App ▪ Bedeutende Trends: Augmented Reality (AR), Near Field Communication (NFC) ▪ Second Screen Nutzung ▪ Mobile Advertising & Entertainment ▪ Messenger Marketing ▪ App-Store Optimierung (ASO)
Prüfung	▪ interne, schriftliche Prüfung ▪ Prüfungsvorbereitung auf die Zertifizierung „Google Ads-Suchmaschinenwerbung“

Content Creator IFM-Zertifikat

Dauer: 1 Monat

Lehrinhalte

Grundlagen im Content Marketing – Einführung

- Wie gute Inhalte die Herzen von Kunden erobern
- Wie man Werbung macht, ohne zu werben (Pull-Prinzip)
- Was ist eigentlich Mehrwert?
(Information/ Wissen/ Unterhaltung)
- Einordnung des Content Marketings in die Unternehmenskommunikation (Inbound Marketing)

Content Marketing

- Online Traffic und Konversion
- Sympathie und Vertrauen
- Darstellung der eigenen Kompetenz
- Phasen im Content-Marketing-Prozess
 - Planung: Zielgruppe/ Personas, Redaktionsplan, Kampagnenplanung
 - Ideenfindung: Quellen und Wege der Themenfindung, Keyword-Recherche
 - Produktion: Content-Erstellung, Lektorat, Publikation
 - Distribution: Verbreitung der Inhalte (Content Seeding), Mehrfachnutzung der Inhalte (Content Curation)
- Analyse und Evaluation: Erfolgsmessung

Content-Formate

- Websites, Whitepaper, E-Books
- Blogs
 - Die wichtigsten Content-Management-Systeme (CMS)
 - Praktischer Einstieg in WordPress
 - HTML-Grundlagen
 - Aufbau eines Blog-Artikels: Von der knackigen Überschrift zum Call-to-Action
 - Einsatz grafischer Stil-Elemente/Hingucker (Leseverhalten am Bildschirm)
- Bilder und Infografiken
 - Einführung in Gimp, Photoshop
 - Erstellen von Infografiken am Beispiel Canva
 - Bildrechte und Quellenangaben
- Social Media
 - Aktuelle Social-Media-Trends
 - Instagram, Facebook, Twitter, Pinterest
 - Influencer Marketing
 - Messenger Marketing
- Newsletter
 - Einblick in Cleverreach oder Mailchimp
 - Tipps zur Newsletter-Gestaltung
 - Basics im Datenschutz

-
- PR
 - PR als Content-Marketing-Kanal
 - Die Pressemitteilung: Gliederung und Besonderheiten von PR-Texten
 - Aufbau eines Presseverteilers
 - Videos
 - Aufstieg des Video-Formates im Web
 - Vergleich YouTube, Instagram, Facebook Live Video und Twitch
 - Youtube als Marketing-Kanal nutzen
 - Youtube-Analytics und Youtube-Advertising
 - Tipps zur Erstellung und Optimierung von Videos
 - Podcasts
-

Die Kunst des Schreibens – Texte schreiben, die überzeugen

- Recherche-Tipps
 - Schreiben fürs Web – Schreibregeln für Online-Texte
 - Texte klar und prägnant formulieren
 - Storytelling – Kunden wollen Geschichten, keine Märchen
 - Texten für die Suchmaschine
 - Der Redaktionsplan als Mittel der Content-Planung
 - Suchmaschinenoptimierung (SEO) für Texter
 - Die Rolle von SEO im Content Marketing
 - SEO-Regeln für Online-Texte
 - Keyword-Recherche
 - Texte auf Keywords optimieren: Von der h1 bis zu den Meta-Tags
-

Prüfung

- **interne, schriftliche Prüfung**
-

Was Sie sonst noch wissen sollten...

Wir sind seit über 27 Jahren ein kompetenter Bildungspartner für alle, die ihre Qualifizierungsdefizite für eine erfolgreiche berufliche Entwicklung ausgleichen möchten.

Unsere Weiterbildung gestaltet sich methodisch aus einem Wechsel von Seminaren, Vorträgen und Projektphasen. Unsere Trainer kommen sowohl aus Unternehmen als auch von universitären Einrichtungen und verfügen über langjährige praktische Erfahrungen. Wir legen höchsten Wert auf ein hohes Maß an fachlicher, methodisch- didaktischer und sozialer Kompetenz unserer Trainer.

Der Unterricht findet überwiegend als **Präsenzunterricht** mit einem Fachdozenten in unseren modern ausgestatteten Seminarräumen statt. Unterstützt wird die Wissensvermittlung durch Übungs- oder Projekttag, die in Eigenverantwortung in unserem Hause durchgeführt werden.

Unsere geförderten Weiterbildungen sind modular aufgebaut. Jedes Modul umfasst in der Regel 20 Unterrichtstage. Der Unterricht findet Montag bis Freitag von 8.30 bis 15.45 Uhr statt.

Als Kooperationspartner der Agenturen für Arbeit und der Jobcenter sind wir sowohl als Unternehmen als auch unsere Maßnahmen **nach AZAV zertifiziert**. Eine Förderung der Module über andere Kostenträger wie Deutsche Rentenversicherung, Berufsgenossenschaft oder BFD ist ebenfalls möglich.

Nach einem persönlichen **Beratungsgespräch in unserem Hause** erstellen wir Ihnen Ihr Weiterbildungsangebot, mit dem Sie bei der Agentur für Arbeit oder beim Jobcenter den **Bildungsgutschein** beantragen können. **Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gern!**