

Green Entrepreneurship Training (GET-UP) Projekt

03- Entwicklung des Curriculums

Einheit/Modul: Bewusstsein für nachhaltige Unternehmen schaffen

Art des Dokuments: Workshop Tagungsplan

Session 3: Wie können Sie wissen, dass es funktioniert?

Datum:		Zeit:	
Ort:		Durchgeführt von:	
Titel			

Gesamtziel:	Ziel dieses Workshops ist es, die Prozesse und Praktiken zu überprüfen, die bei der Überprüfung der Wirksamkeit von Aktivitäten zur Bekanntmachung eines nachhaltigen Unternehmens erforderlich sind. Der Workshop ermöglicht Ihnen auf diese Weise: (i) eine Strategie zur Überprüfung der Wirksamkeit von Aktivitäten, mit denen die Bekanntheit des Unternehmens erhöht wird, zu entwickeln, (ii) Indikatoren zu entwickeln, die erkennen lassen, was gut funktioniert und was weniger gut funktioniert (iii) einen Aktionsplan zur Überprüfung der Marketingaktivitäten des Unternehmens zu skizzieren.
Lernergebnisse:	LE1: In der Lage sein, eine Strategie zur Überprüfung von Aktivitäten für die Bekanntmachung von nachhaltigen Unternehmen zu entwickeln LE2: In der Lage sein, Indikatoren zu entwickeln, mit denen die Wirksamkeit von Aktivitäten zur Bekanntmachung für nachhaltige Unternehmen überprüft werden kann LE3: In der Lage sein, Maßnahmen zu identifizieren, die erforderlich sind, um die Wirkung von Aktivitäten zur Bekanntmachung eines nachhaltigen Unternehmens zu verstärken

Zeit	Lernergebnisse	Input	Folien	Lern- und Bewertungsaktivitäten
09.30-09.45	-	Rückblick und Vorschau <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Sitzung, das Workshop-Thema, die Agenda und Diskussion der Erwartungen • Denken Sie anhand des Eisbrechers darüber nach, wie wichtig eine Strategie zur Überprüfung von Aktivitäten bei der Bekanntmachung eines nachhaltigen Unternehmens ist 		Einführung von den Teilnehmern Eisbrecher – Erkennen Sie drei Vorteile davon, zu wissen, was für die Bekanntmachung eines nachhaltigen Unternehmens gut und weniger gut funktioniert
09.45-10.00	LE1	Überlegung zu den Hausaufgaben <ul style="list-style-type: none"> • Gehen Sie die Hauptergebnisse der Hausaufgaben durch • Heben Sie das Schlüsselwissen bei der Planung des Prozesses hervor • Arbeiten Sie die Unterschiede zwischen formellen und informellen Praktiken und Prozessen heraus 		Schreiben Sie die Ergebnisse der Gruppendiskussion auf einem Flipchart auf
10.00-10.30	LE1	Eine Strategie entwickeln <ul style="list-style-type: none"> • Stellen Sie die Vorteile der Entwicklung einer Marketingstrategie dar • Beleuchten Sie die Konzepte der Produktdifferenzierung, -platzierung und des Wertversprechens 		Schließen Sie Aktivität 1 ab⇒ Teilnehmer sollen die Haupttrubriken einer Marketingstrategie für ihr eigenes Unternehmen entwickeln. Jeder Teilnehmer soll eine kurze

				Zusammenfassung seiner Strategie vorstellen
10.30-10.50	LE2	<p>Verstehen, was gemessen werden muss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stellen Sie dar, wie wichtig es ist, SMART- Ziele festzulegen • Gehen Sie anhand von Kotler die Indikatoren durch, die genutzt werden können und stellen sie die Beziehung zwischen Zielen und Indikatoren dar • Untersuchen Sie, auf welche Weise Erfolgsfaktoren in die Marketingaktivitäten eingebettet werden können 		
10.50-11.00		Tee und Kaffee		
11.00-11.30	LE2	<p>Verstehen, was gemessen werden muss</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gehen Sie die Probleme im Zusammenhang mit dem zeitlichen Rahmen und der Verantwortlichkeit von Personen, bei der Überprüfung der Effektivität von Marketingaktivitäten, durch • Besprechen Sie die Methoden, die zur Überprüfung der Wirksamkeit von Marketingaktivitäten sowohl quantitativ (z. B. Google Analytics) als auch qualitativ (z. B. Fokusgruppen) verwendet werden können 		Schließen Sie Aktivität 2 ab ⇨ Auf der Grundlage einer skizzierten Liste von Indikatoren von Kotler, müssen die Teilnehmer herausfinden, welche Indikatoren sie verwenden können und wie sie in ihrem Unternehmen gemessen werden.

11.30-12.20	LE2 und LE3	<p>Besprechen, was gut und weniger gut funktioniert – Eine Fallstudie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Führen Sie eine Fallstudie ein (entweder Papierbasiert oder eine live Fallstudie - wenn möglich, eine live Fallstudie nutzen) • Die Fallstudie muss: darstellen, wie die Effektivität von Marketingaktivitäten überprüft wird, was gut und was weniger gut funktioniert, die Chancen und Herausforderung bei der Bewertung der Effektivität von Marketingaktivitäten und die wichtigsten „how to’s“ • Nutzen Sie die Erfahrungen der Fallstudie für eine Frage-Antwort-Runde mit den Teilnehmern oder eine Gruppenaktivität 		<p>Wenn Sie eine Frage-Antwort-Runde leiten ⇒ bilden Sie die Ergebnisse der Fragen und Antworten auf einem Flipchart ab, um die Zusammenfassung und die Hausaufgaben zu erläutern</p> <p>Wenn Sie eine Gruppenaktivität leiten ⇒ skizzieren Sie eine Aktivität, basierend auf den Erfahrungen der Fallstudie und ermöglichen Sie Feedback und Interaktionen zu der Fallstudie</p>
12.20-12.30		<p>Zusammenfassung</p> <p>Geben Sie eine Zusammenfassung der wichtigsten Themen des Workshops an.</p>		