

## Wir suchen dich! Interesse an Social Media oder SEA? Unternehmen als Praxispartner gesucht!

Es geht in die fünfte Runde! Wir freuen uns als Digitallotsen der Wirtschaftsförderung Bremen zum Wintersemester 2024 / 2025 erneut mit dem markstones Institute der Universität Bremen kooperieren zu dürfen.

**Daher suchen wir Unternehmen, die offen für Veränderungen sind und ausreichend Motivation mitbringen, um gemeinsam mit Studierenden innovative Ideen umzusetzen.**

Stattdessen werden zum wiederholten Male die Projektkurse „*Social Media-Marketing*“ und „*Challenges in Digital Marketing Management (Google Ads)*“. Studierende entwickeln in diesem Rahmen neue digitale Strategien für mehr Reichweite und Sichtbarkeit in den Bereichen Online-Marketing und Social Media und wenden ihr theoretisches Wissen ganz praxisnah im Unternehmen an.

In jedem der Projektmodule können bis zu vier Unternehmen teilnehmen. Sie werden dabei von den Studierenden beraten und praktisch bei der Professionalisierung des eigenen Social Media-Auftritts (*Social Media-Marketing*) oder bei der Entwicklung und Umsetzung einer echten Suchmaschinen-Werbestrategie (*Google Ads*) unterstützt.

Da es gerade in kleinen Unternehmen oft an zeitlichen und personellen Kapazitäten oder schlichtweg dem Wissen fehlt, zielgerichtete Online Marketing- und Search Engine Advertising (SEA)-Strategien zu entwickeln, umzusetzen und nachhaltig zu verfolgen, ist diese Kooperation eine gute Chance den nächsten Schritt zu machen. Durch die Kooperation werden die teilnehmenden Unternehmen durch die erlernten wissenschaftlichen Prinzipien sowie theoretischen Kenntnisse und praktischen Erfahrungen der Studierenden in der Rolle als digitale Berater:innen tatkräftig unterstützt.

### *Rückblick:*

Die Studierenden haben in den letzten Jahren im Rahmen des Social Media-Moduls reale Social Media-Kampagnen und -Strategien für die Praxispartner:innen erarbeitet, umgesetzt, evaluiert und am Ende des Moduls geeignete Handlungsempfehlungen abgegeben.

Im Google Ads-Modul entwickelten die Studierenden auf Basis der Ziele, Erwartungen, Zielgruppen und des Budgets des Partnerunternehmens eigene SEA-Kampagnen. Diese Werbekampagnen wurden nach erfolgreicher Strategieentwicklung über einen Zeitraum von mehreren Wochen geschaltet und stetig angepasst.

Nach Abschluss der Kampagnenlaufzeit werteten die Gruppen die Kampagnen anhand von verschiedenen Parametern und Kennzahlen aus und leiteten in beiden Modulen Handlungsempfehlungen für die Unternehmen ab.

### **Weitere Infos:**

In ihrer beratenden Funktion werden die Studierenden dabei stetig durch das markstones Institute, die Online Marketing-Agentur [Admospherics Marketing GmbH](#) und die Digitallotsen der Wirtschaftsförderung Bremen begleitet.

**Bewerbungsfrist:** 26.08.2024

**Projektlaufzeit:** ca. Mitte Oktober 2024 bis Februar/März 2025

### **Vorgaben Projektmodul „SEA / Google Ads“:**

1. **Google Ads Konto:** Ein bestehendes Google Ads-Konto. Das Google Ads Konto kann im Zweifel auch kurzerhand noch erstellt werden, wenn noch kein Konto vorhanden ist. Hier sollte unbedingt eine **gültige Kreditkarte** hinterlegt werden, damit es keine Probleme mit der Abrechnung gibt.
2. **Google Analytics:** Google Analytics 4 (GA 4) wird zwingend zur Auswertung der Kampagnen benötigt und setzt inzwischen den **Consent Mode V2** voraus. Dieser muss über das Cookie-Banner oder den Google Tag Manager eingerichtet werden. In Kombination mit **Matomo** können keine datengetriebenen Kampagnen realisiert werden.
3. **Conversion Tracking:** Ein funktionierendes Conversion- und/oder Button-Tracking wäre von Vorteil, damit Anfragen / Käufe über die Website ausgewertet werden können. Hierfür ist der Google Tag Manager erforderlich.
4. **Zugriff:** Die Studierenden und der Kooperationspartner Malte Ulbricht (admospherics) benötigen einen Konto-Zugriff zur Umsetzung der Kampagnen.
5. **Investition:** Zur Vergleichbarkeit der Studierendengruppen müssen pro Unternehmen mindestens 400 € für Kampagnen zur Verfügung gestellt werden.
6. **Alleinumsatzung:** Im Optimalfall keine extern beauftragte Agentur, die bereits SEA-Kampagnen umsetzt.

### **Vorgaben Projektmodul „Social Media Marketing“:**

1. **Social Media Konto:** Mindestens ein bestehender Social Media-Auftritt (z. B. Instagram, LinkedIn, etc.)
2. **Bereitschaft:** Bereitschaft für neues Design oder Anpassungen des aktuellen Auftritts.
3. **Zugriff:** Die Studierenden und der Kooperationspartner Malte Ulbricht (admospherics) benötigen einen Konto-Zugriff zur Umsetzung der Kampagnen.
4. **Alleinumsatzung:** Im Optimalfall keine extern beauftragte Agentur, die bereits Social Media umsetzt.

Bitte nutzen Sie für die Bewerbung das untenstehende Kontaktformular unter Angabe des Moduls und einer kurzen Beschreibung sowie weiterführenden Informationen Ihres Unternehmens (Branche, Größe, Website, Social Media-Kanal). Wir melden uns zeitnah.