

WEBINAR-THEMENÜBERSICHT

Helge Sobik

www.sobikpress.com

Tel. +49 172 4364986

Stand Februar 2024

Was andere interessiert, worauf andere anspringen:
mehr Erfolg mit der journalistischen Perspektive.

Kurse für

**Verkehrsbüros regional/überregional/national/international,
Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen
mit Tourismus-Kunden, Medien/Journalisten, Dienstleister**

HALBJÄHRLICH NEU

Trend-Check: *What's next*

**Was im nächsten halben Jahr wichtig wird – und wie Sie zu den Vorreitern
gehören**

Trends aus Hotellerie und Tourismus wahrnehmen, bevor die meisten Wettbewerber so weit sind, Mechanismen erkennen und die besten touristischen Ideen aus aller Welt für die eigenen Bedürfnisse adaptieren: neue Ideen entwickeln, die mit niedrigen Kosten umzusetzen sind, Themen für Pressemitteilungen liefern, Medienaufmerksamkeit garantieren, zudem das Gästeerlebnis bereichern und Weitererzählwerte schaffen. Im Halbjahresrhythmus von den Erkenntnissen und weltweiter Marktbeobachtung und Trend-Analysen profitieren: ein Überblick voller Ideen.

Modul 75-90 Minuten online

Keynote: ja

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter,
Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

STORYTELLING

Storytelling in der Touristik: Das Kopfkino anknipsen

Warum ein Text berühren soll, wann ein Text wirklich berührt - und wie man hinbekommt, dass ein Text berührt

Die Sehnsucht nach großen Emotionen bedienen und mit den eigenen Texten in PR, Werbung und Marketing gezielt die Sinne der Zielgruppe ansprechen und dafür Storytelling-Techniken nutzen: wie man anderen in kürzester Zeit Bilder in den Kopf zaubert und allein mit Worten Sinnesreize mit Erinnerungswert setzt. Storytelling als extrem günstiges und überproportional erfolgreiches Verkaufs-Tool in der Touristik. Ein Kompakt-Überblick.

Modul Teil 1: 75 Minuten online
Modul Teil 2: 75 Minuten online
in Präsenz: ganzer Tag mit Übungen
Keynote: ja

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

StorySELLING – Mit Trend-Schlagworten und Schlüsselbegriffen im preissensiblen Markt punkten

Mit Trend-Schlagworten und Schlüsselbegriffen direkt in die Köpfe der Kunden, mit wenigen gezielt platzierten Begriffen Urlaubssehnsüchte erfolgreich und zielsicher zünden: Wie Sie in unserem immer preissensibleren Markt Kunden auch für teurere Reisen gewinnen und selbst jetzt chancenreich Upselling betreiben können. Welche Gedanken Sie dabei beim Gegenüber anstoßen müssen und warum einige Motive besonders gut funktionieren.

Modul 75-90 Minuten online
Keynote: ja

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

Visual Storytelling:

Bilder sprechen lassen - und die Reiselust befeuern

Visual Storytelling im Tourismus: mit den richtigen Bildern auf der Website, auf Facebook, Instagram & Co im Gespräch bleiben, Kunden berühren, begeistern – und binden. Wie Sie mit den passenden Bildern Reiselust auslösen: Tricks und Kniffe bei der Auswahl, um sehr einfach und ohne Kosten besser zu sein als die anderen. Worauf es jetzt ankommt, wie sich die Bildsprache geändert hat und wie leicht Ihre Bildsprache „Instagramability“ berücksichtigen kann.

Modul Teil 1: 75 Minuten online

Modul Teil 2: 75 Minuten online

Keynote: ja

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

Erfolgreich texten:

Übers Reisen schreiben

Für Blog, Website, Facebook, Kundenzeitschrift: Es gibt so viele Anknüpfungspunkte, wo Text die jeweiligen Kunden erreicht – oder erreichen könnte. Wie Worte übers Reisen zünden, wie Geschichten aufgebaut sein und welche Komponenten die enthalten sollten, um bei Leserin und Leser unmittelbar Reiselust

auszulösen. Und Buchungsbereitschaft! Ein kompakter Schreibkurs für alle, die selber viel texten – oder viele Texte zu beurteilen haben.

Modul Teil 1: 90 Minuten online

Modul Teil 2: 90 Minuten online

in Präsenz: ganzer Tag mit Übungen

Keynote: ja

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

PR UND MARKETING

Pressearbeit: Es gibt viel zu erzählen

Das eigene touristische Produkt erfolgreich in den Medien platzieren - wie Medien heute ticken und worauf (Reise-)Journalisten anspringen.

Wie ticken (Reise-)Journalisten? Wie macht man sie neugierig, fesselt sie, wie betreut man sie vor Ort so, dass fürs eigene Unternehmen möglichst viel dabei herauskommt? Und wie schafft man es, eine Idee für Journalisten so zu entwickeln, dass sie immer wieder Weitererzählwert hat? Wie gelingt es, das eigene touristische Produkt und die damit verbundenen Menschen in den Mittelpunkt einer Story zu rücken - und diese vorhandenen Stoffe zu erkennen und zur Verbreitung an die PR-Agentur weiterzuspielen? Einblicke in die spezifischen Unterschiede der deutschen (Medien-)Landschaft z.B. im Vergleich zu anderen Märkten.

Modul Teil 1: 75 Minuten online
Modul Teil 2: 75 Minuten online
in Präsenz: ganzer Tag mit Übungen
Keynote: ja

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

Schreiben für B2B: Andere bei ihren Interessen abholen – und bei ihrem Vorwissen

Was in der B2B-Kommunikation anders ist, wie man Partner und Kunden anspricht, wie man sie erreicht, berührt, gewinnt: ein Leitfaden für optimierte B2B-Kommunikation ganz ohne Formelhaftigkeit und Verwaltungssprache.

Modul Teil 1: 90 Minuten online
Modul Teil 2: 90 Minuten online
in Präsenz: ganzer Tag mit Übungen

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

Wundertüte ohne Streuverlust

Den Newsletter neu erfinden: worauf es ankommt, um in die Köpfe der Kunden zu gelangen

Was ihn ausmacht, wann Menschen sich für ihn interessieren und sogar anderen weitererzählen, was drinsteht: wie Ihr Newsletter zur Wundertüte wird. Form, Inhalte, dazu Tipps und Tricks zur richtigen Überschrift mit großer Aufmerksamkeitswirkung – und warum er immer wichtiger wird als die teure Anzeige in der Presse.

Modul 75-90 Minuten online

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

Willkommen zurück!

Verlorene Kunden zurückgewinnen: die richtige Strategie, das beste Wording

Nicht jeder ehemalige Kunde ist in gleicher Weise kostbar, aber manche möchte man als Reisebüro, Veranstalter oder Hotel dann nur allzu gerne zurückgewinnen: der richtige Weg, der richtige Moment und die richtigen Worte, die beim Empfänger der Nachricht wirklich etwas erreichen. Mit überschaubarem Aufwand vermeintliche Karteileichen reaktivieren: so geht's, diese Formulierungen ziehen. Ein Webinar über Kundenrückgewinnung und Kundenbindung.

Modul 75-90 Minuten online

Zielgruppe: Reisevertrieb, Veranstalter, Hotels

NEU

Tone of Voice: den Klang fürs Unternehmen definieren

Worte bestimmen, wie wir wahrgenommen werden. Das gilt für solche, die wir bewusst nicht verwenden und solche, die wir in unserem Außenauftritt gezielt einsetzen: über die Wortwahl ein Image unterstreichen oder aufbauen, eine Positionierung im Markt akzentuieren – und das auf allen Kanälen vom direkten Dialog mit Kundinnen und Kunden über die Website, Social Media, Werbemittel bis hin zu Marketing, PR und Produktbeschreibungen. Viele große Unternehmen haben für sich einen solchen „Tone of Voice“ gezielt definiert, um über alle Kontaktpunkte hinweg stimmig wahrgenommen zu werden. Kleinere scheuen sich vor dem Aufwand – dabei ist der ganz überschaubar: Wie Sie sich einen „Tone of Voice“ geben, worauf es dabei ankommt, wie sich die Individualität betonen lässt – und wie all das unkompliziert umzusetzen ist.

Modul 1: 90 Minuten online

Modul 2: 90 Minuten online

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

Neuro Wording: alle Aufmerksamkeit gewinnen

Wenn einzelne Worte - ob im Slogan oder in Texten - sofort zünden sollen: ein Brainstorming über die besten Worte – und viele Beispiele aus verschiedenen Branchen

Es sind einzelne Worte, die wir sofort im Bauch und im Kopf spüren: Begriffe, die unsere vollständige Aufmerksamkeit aller Reizüberflutung zum Trotz einfangen – über alle Krisen, über Sorgen und Ängste hinweg. Welche sind das, was lässt ein Wort oder eine Zeile derart wirken? Solche Begriffe gilt es für die eigene Zielgruppe im Reise-Kontext zu definieren und anzuwenden. Die Technik dahinter nennt sich "Neuro Wording" und erweitert die Möglichkeiten in Storytelling und Marketing selbst bei den Generationen Y und Z mit kurzem Aufmerksamkeitsfenster. Viele Beispiele aus der Praxis mit unmittelbarer Übertragbarkeit sowohl der Reise-Branche wie anderer Branchen.

Modul 75-90 Minuten online

in Präsenz: ganzer Tag mit Übungen

Keynote: ja

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

NEU

Nachhaltigkeit kommunizieren

in die Köpfe der Kunden gelangen – und auffallen mit Reisen und Aspekten, die Gutes für die Umwelt tun

Das Wort „Nachhaltigkeit“ kann keiner mehr hören, die Gedanken und Handlungen dahinter aber werden umso wichtiger auch bei der Reiseentscheidung der Kunden: wie wir Gutes für die Umwelt platzieren, ohne überhaupt das Stolperwort Nachhaltigkeit verwenden zu müssen. Wie wir Naturverbundenheit und Umweltbewusstsein plakativ nach außen tragen. Und wie wir so mit originellen Ideen selber Marketing machen und in die Köpfe der Zielgruppe gelangen. Das ist keine leichte Aufgabe angesichts des Wettbewerbs – aber mit ein paar Überlegungen und Tricks erfolgreich lösbar.

Modul 75-90 Minuten online

Keynote: ja

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

SOCIAL MEDIA

Wirkungsvoll texten für Instagram: Bilder betonen

An Instagram & Co führt heute kein Weg mehr vorbei, wenn es um Aufmerksamkeit fürs Reisen geht. Und obwohl das Bild dort absolut im Vordergrund steht, spielt der kurze Text eine maßgebliche Rolle: weil er es ist, der die Bildwirkung erheblich steigern kann. Weil er maßgeblich beeinflusst, worauf die Wahrnehmung der User gesteuert wird, wie Bild und Reise-Idee empfunden werden. Was am besten zieht: Emotion – und Humor. Und durchdachte Kürzel!

Modul 75-90 Minuten online

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

Im Selfie-Dschungel: mit dem Bild von unterwegs Sympathiepunkte sammeln

Was geht, was ankommt, was die anderen machen: auf Reisen im Handumdrehen das perfekte Selfie für die eigenen Social Media-Kanäle produzieren, besser sein als die anderen, Aufmerksamkeit einfangen und das eigene Image als kompetente Berater weiter positiv aufladen. Wie es geht, worauf es ankommt, welche Hilfsmittel Sie brauchen, was die Selfie-Trends sind – und wie Ihr Selfie auf keinen Fall werden sollte...

Modul 75-90 Minuten online

Zielgruppe: Reisevertrieb

Mit FamTrip-Fotos punkten

Ohne Aufwand auffallen und fast im Vorbeigehen Hingucker-Bilder vom FamTrip mitbringen: wie Sie in kürzester Zeit ganz nebenbei und ohne technische Herausforderungen Bilder knipsen, die mehr Aufmerksamkeit einfangen, mehr Likes bekommen als die meisten Fotos der anderen - und Ihre Message multiplizieren. Der neue Blick auf die Dinge: Perspektiven, Farben, Bild-Ideen. Kinderleicht mehr herausholen.

Modul 75-90 Minuten online

Zielgruppe: Reisevertrieb

PR, MARKETING, SOCIAL MEDIA – PLUS VERKAUFGESPRÄCH: AUF ALLEN KANÄLEN WIRKUNG ERZIELEN

NEU

Mit Food punkten

Nichts triggert uns so sehr wie der Gedanke ans Essen: erst recht, wenn es nach Urlaub klingt und nach Verreisen schmeckt. Die richtigen Begriffe sind Geschmack auf der Zunge und Bilder im Kopf. Es lohnt sich, mehr daraus zu machen: weil einer Studie zu Folge aktuell nur 11% der Urlauber am Food sparen würden, während 50% bereit sind, dafür mehr auszugeben. Das Thema offensiv spielen: wie, wo und mit wenig Aufwand – mit dem Essen als Argument mehr und leichter verkaufen. Auch auf Social Media funktioniert das hervorragend.

Modul 75-90 Minuten online

Keynote: ja

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

NEU

Mit Cat Content auffallen

Die Aufmerksamkeit fürs eigene Produkt verüffachen und Tiere huckepack unsere Message transportieren lassen

Warum Tier-Themen nicht nur im Internet so überproportional viel Aufmerksamkeit finden, wieso das nach der Pandemie noch mehr geworden ist, welche Tiere wir als Touristiker im Portfolio haben und wie wir mit Cat Content & Co auf allen Ebenen tierisch punkten können.

Modul 75-90 Minuten online

Keynote: ja

Zielgruppe: Verkehrsbüros, Tourismusorganisationen, Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Tourismuskunden, Dienstleister

SPEZIELL FÜR HOTELLERIE UND REISEVERTRIEB

Mit dem Hotel von sich reden machen

Ein Hotel lebt von der Inszenierung. Das fängt bei der Architektur an, führt übers Design bis hin zur Ausrichtung von Restaurants und Rahmenprogrammen. Trotzdem bleiben die meisten austauschbar. Von den anderen kann man lernen: mit welchen Ideen Hotels in die Medien geraten, für Gesprächsstoff bei den Kunden sorgen, weiterempfohlen werden, welche Konzepte dahinterstecken. Und warum manchmal sogar Berater eingebunden werden, die sonst für große US-Freizeitparks arbeiten und Attraktionen „designen“. Erkennen, worauf Gäste gerade ganz besonders anspringen und was jetzt am besten in den Vordergrund gerückt werden sollte.

Mit dem Hotel in den redaktionellen Teil der Medien und in die Köpfe potenzieller Gäste gelangen und ihnen zugleich Extra-Erlebnisse bieten: konkrete Ideen aus aller Welt mit Weitererzählwert für mehr Aufmerksamkeit, die oft leicht umsetzbar sind und das eigene Produkt bereichern.

Modul Teil 1: 90 Minuten online

Modul Teil 2: 90 Minuten online

Keynote: ja

Zielgruppe: Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, PR-Agenturen mit Hotelkunden

Mit Sprache überzeugen: Jetzt den richtigen Ton treffen

Warum das Wort „Problem“ bei Ritz-Carlton auf der Tabu-Liste steht und wie stattdessen mit verzwickten Situationen umgegangen wird: in schwierigen Zeiten mit wertschätzender Kundenkommunikation punkten und allein über die Sprache ganz ohne Kosten Wow-Effekte mit Erinnerungswert setzen und viel für die Kundenbindung erreichen. Denn das ist die Erkenntnis aus der Luxushotellerie: Der gute Ton, die aufmerksame Zuwendung, die gezielte Verwendung bestimmter Begriffe und die ebenso absichtsvolle Vermeidung anderer Begriffe erschafft mit großem Erfolg Kundenbindung - und das ganz ohne Budget einzig über Sprache und Auftritt des Mitarbeiters.

Modul 90 Minuten online

Keynote: ja

Zielgruppe: Hotels, Veranstalter, Reisevertrieb, Dienstleister

JOURNALISMUS

Anderswo vor Ort – Reportage auf Reisen

Egal ob Sie von einem Urlaub an der Nordsee, einer Pilger-Reise durch die Toskana oder einer Recherche in Mexiko berichten möchte: Die Rezeptur für Reise-, Sozial- oder Hintergrund-Reportage ist dieselbe. Es geht darum, genau zu beobachten, Protagonisten zu beschreiben, eine Dramaturgie zu entwickeln - damit andere einen kurzweiligen Zugang zu Ihren Erleb- und Erkenntnissen finden und Sie sie mitnehmen auf Ihre Reise. Einblicke in den journalistischen Werkzeugkasten.

Modul 1: 3 Stunden online

Modul 2: 3 Stunden online

Modul 3: 3 Stunden online

Modul 4: 3 Stunden online

Modul 5: 3 Stunden online

Zielgruppe: Journalistinnen und Journalisten, Bloggerinnen/Blogger, PR-Agenturen mit Tourismuskunden

Protagonist und Interview auf Reisen

Zitate beleben Reportagen, untermauern Thesen, interessante Protagonisten tragen eine ganze Geschichte: Wie finde ich solche Leute, wie funktioniert das „Protagonisten-Casting“, wie führe ich kurze Interviews in unwiederbringlichen Situationen speziell auf Reisen? Wie man Interviewpartner fürs Gespräch öffnet, was eher die erste und was eher die letzte Frage ist und wie man es schafft, dass beide mit einem guten Gefühl aus so einem Gespräch gehen.

Modul 75-90 Minuten online

Zielgruppe: Journalistinnen und Journalisten, Bloggerinnen/Blogger, PR-Agenturen mit Tourismuskunden; Organisatoren von Pressereisen und FamTrips auf allen Ebenen

Für die Webinare sind die meisten Themen stark verdichtet. Fast alle lassen sich ergänzt um Übungen und gemeinsame Diskussion individueller Fragestellungen und Herausforderungen auch als halb- bzw. ganztägige Präsenz-Seminare aufstellen, selbst wenn das hier im Einzelfall nicht ausdrücklich aufgeführt ist.

Jeder Kurs – als Seminar ebenso wie als Webinar - wird individuell auf die Bedürfnisse abgestimmt und schließt eine Folienauswahl als Handout ein.

Helge Sobik

Von einer Branchenjury dreimal zum deutschsprachigen „Reisejournalist des Jahres“ gewählt.

Autor von über 30 Büchern, journalistische Tätigkeit u.a. für FAZ Magazin, Spiegel.de, Vogue, Vanity Fair, Welt/Welt am Sonntag. Mehrere Journalistenpreise. Seit über 20 Jahren in der Journalistenaus- und -fortbildung tätig: Medienbüro Hamburg/Evangelische Medienakademie, J-School, Seit über zehn Jahren Dozententätigkeit im Bereich PR/Sprache/Storytelling u.a. für Abu Dhabi Department of Culture & Tourism, airtours, ASA Africa, Belvita Leading Wellness Hotels, Brandnamic, Eurolloyd, Fränkische Tourismus Akademie, Österreich Werbung, QTA, Region Förbundet Kalmar Län, Realizing Progress/Tourismszukunft, The Ritz-Carlton Hotels & Resorts, Tui Deutschland, Tui Suisse, Travelstar, Wanderhotels u.v.a.m.