

## Berater-Profil: Dr. Claudia Hilker



### Fachliche Expertise

- Digitalisierung: Digitale Business Transformation
- Innovationsmanagement: Produkte, Services
- Digital-Marketing und Mobil-Marketing (Apps)
- Strategisches Content-Marketing mit Umsetzung
- Social-Media-Marketing mit Community-Aufbau
- Online-Marketing mit Suchmaschinen-Marketing
- Blogmarketing: Konzept, Umsetzung, Redaktion
- E-Commerce und Shop-Optimierung
- Crossmedia-Kampagnen-Management
- Medienwirksame Strategien für Social Selling
- Marketing-Automatisierung zur Leadgewinnung
- Change Management mit Kommunikation
- Reputationsmanagement und Krisenkommunikation
- Digital Leadership: Personal Branding und Expertenaufbau
- Teamentwicklung und Führen über Distanz mit Coaching
- Unternehmensgründung, Entwicklung und Management

**Leistungen:** Beratung, Beirat, Interim-Management, Projektmanagement, Coaching, Training, Seminare, Vorlesung, Speaker, Ghostwriter, Moderation

**Einsatzbereiche:** Strategie, Marketing, Vertrieb, Kommunikation, Unternehmensentwicklung

**Branchenerfahrungen:** Finanzen: Versicherungen, Banken, Sparkassen, Startups, Automotive, Food, Handel, Verlage, Akademien, Baubranche, Dienstleister: Trainer, Coach, Consultants, Rechtsanwälte, Ärzte

### Führungserfahrung

- Qualifizierte Projektmanagerin mit Ausbildungen in MS Project und PMI Ausbildung
- Führungsseminar (GRID), Produkt-Marketing (BAW), Prozessmodellierung (IBO)
- Über 20 Jahre Führung mit disziplinarischer Verantwortung für Mitarbeiterteams

### Stärken

- Strategisches Denken mit systematischer Projektplanung
- Wertschätzende Führung, auch über Distanz im Projektmanagement
- Zielorientierung, Innovationsbegeisterung und Umsetzungsfreude

### Inhalte

1. Persönliche Daten
2. Vita / Lebenslauf
3. Veröffentlichungen
4. Referenzprojekte: Online-Marketing
5. Referenzprojekte: Content-Marketing
6. Referenzprojekte: Digitale Transformation
7. Referenzprojekte: Social-Media-Marketing
8. Referenzen: IT / Medien
9. Referenzen: Agenturen
10. Kunden-Meinungen

## 1) Persönliche Daten

Name	Dr. Claudia Hilker
Unternehmen	Hilker Consulting
Anschrift	Bergerstraße 23, 40213 Düsseldorf
Telefon:	0211-6000-614 / 0177-6057849
Geburtsdatum	6. März 1965



Berufsanfänger lernen von ihren Praxis-Erfahrungen. Gestandene Unternehmer profitieren von ihrem Innovationsgeist. Als sie sich 2002 mit Hilker Consulting selbständig machte, konnte sie aufgrund langjähriger Berufserfahrungen auf zahlreiche Projekte zurückblicken, die sie in Konzernen, KMU-Unternehmen und Startups geleistet hat. Sie verfügt über umfassende Erfahrungen in der Digital Strategie-Entwicklung, Umsetzung und Evaluation.

Ihre Leidenschaft ist das Digital-Business. Das spürt jeder, der ihr begegnet. Eine Begeisterung, die aus dem Herzen kommt und ansteckend ist. Sie inspiriert die Menschen, die mit ihr arbeiten. Eigene Erfolge und die ihrer Kunden beweisen, dass beruflicher Erfolg mit persönlichem Wachstum verbunden ist. Wachstum, das mit Ehrlichkeit und Offenheit einher geht. Sie verbindet Erkenntnisse aus unterschiedlichen Bereichen zu einzigartigen Konzepten und verbindet bewährte Management-Ansätze mit Innovationen. Der rege Austausch beim Networking mit anderen Experten sorgt für ständige Innovationen im Denken und Handeln. Dr. Claudia Hilker ist auf Digital Marketing für schwer verständliche Dienstleistungen spezialisiert.

### Corporate Website

- [Hilker Consulting](#)
- [Newsletter](#)
- [E-Mail](#)

### Themen Blogs

- [Social Media für Unternehmer](#)
- [Digital Leader](#)
- [Newsletter](#)

### Social Media - Business Networking

- [Facebook Dr. Claudia Hilker](#)
- [Facebook Fanpage Hilker Consulting](#)
- [Facebook Fanpage Social Media](#)
- [Google+ Dr. Claudia Hilker](#)
- [Google+ Hilker Consulting](#)
- [Klout Score Dr. Claudia Hilker](#)
- [LinkedIn Dr. Claudia Hilker](#)
- [Slideshare Dr. Claudia Hilker](#)
- [Twitter @claudiahilker](#)
- [Xing Dr. Claudia Hilker](#)
- [Youtube Channel Dr. Claudia Hilker](#)

### Bewertungen für Dr. Claudia Hilker und Hilker Consulting

- [Proven Expert Kunden Empfehlungen Hilker Consulting](#)
- [Amazon Autorensseite und Bücher von Dr. Claudia Hilker](#)
- [Kununu Mitarbeiter Bewertungen für Hilker Consulting](#)

**Ehrenamtliches Engagement:** Gründerin und Chapter-Leader [Social Media Club Düsseldorf](#)

## 2) Vita / Lebenslauf

**Gründung der Unternehmensberatung: Hilker Consulting** Seit 01.2002

Beratung für digitale Marketing-Kommunikation, Düsseldorf

### Positionen als Angestellte

**Marketing Direktor** 01.01 – 12.01

Askuma AG, Zweibrücken

**Produktmanagerin neue Medien: Internet, POI-/ POS-Systeme** 04.99 – 12.00

OBI: Gesellschaft für Datenverarbeitung mbH, Wermelskirchen

**Internet Projektleiterin** für Sparkassen 07.98 – 03.99

Internet-Startup: Berens / Partner, Düsseldorf

**Internet Projektleiterin** mit Online-Marketing 07.97 – 07.98

Victoria Versicherungs-Gesellschaften, Düsseldorf

**Lehrbeauftragte** für E-Learning und Creative Writing 02.97 – 07.97

Universität Bielefeld, Vorlesungen und Forschung

### Allgemeine Hochschulreife und Studium

**Zusatzstudiengang: Studierende und Wirtschaft** 02.96 – 08.97

Universität Bielefeld, BWL, Marketing, Management, Informationstechnologie

**Praktikum: Entwicklung einer Internet-Präsenz** 05.97 – 07.97

Inforce Öffentlichkeitsarbeit GmbH, Gütersloh

**Online-Marketing für Internet-Buchhändler** 03.97 – 05.97

Bertelsmann, Gütersloh, Praktikum bei „Mountmedia“

**Studium: Deutsch, Medienpädagogik, Literatur** 10.92 – 01.97

Universität Bielefeld: Magister mit Auszeichnung: Notendurchschnitt: 1,1

**Stipendium vom DAAD** (Deutscher Akademischer Austauschdienst) 09.95 – 11.95

Universität Calgary, Kanada

Fremdsprachenerwerb mit neuen Medien und kreativen Schreiben

**Allgemeine Hochschulreife** 08.88 – 08.92

Oberstufenkolleg Bielefeld, Notendurchschnitt: 1,6

**Sprachen:** Deutsch: Muttersprache  
Englisch und Französisch: Fließend in Wort und Schrift  
Spanisch und Italienisch: Grundkenntnisse

**Weiterbildung** Digital Marketing Diplom: a) Shaw Academy und b) Digital Marketing Institute (Dublin)  
Content Marketing: HubSpot Inbound Zertifikat, Studien, Bücher, Konferenzen, Workshops  
Digitalisierung: Studien, Bücher, Konferenzen und Workshops, eigene Projekte

### 3) Veröffentlichungen von Dr. Claudia Hilker

**Dissertation:** [Social-Media-Marketing am Beispiel der Versicherungsbranche](#), Technische Hochschule für Management in Bratislava, Slowakei (11 / 2016)

Ihr neues Fachbuch über Content-Marketing erscheint 2017.



**Erfolgreiche Social-Media-Strategien für die Zukunft:** Mehr Profit durch Facebook, Twitter, Xing und Co. Geb. Linde Verlag, März 2012.



**Studie: „Social Media in der Assekuranz“** von AMC und Hilker Consulting. Untersuchung von Facebook, Twitter, Xing, Juni 2011.



**Social Media für Unternehmer:** Wie man Xing, Twitter, Youtube und Co. erfolgreich im Business einsetzt. Linde Verlag, Sep. 2010.



**Web 2.0 in der Finanzbranche:** Die neue Macht des Kunden. Geb. Ausgabe: Gabler Verlag 14. Januar 2010.



**WOW-Marketing (Hörbuch):** Besser verkaufen mit kreativen Marketing. Audio CD: Business Village, Januar 2010.



**Wow-Marketing (Broschüre)** - kleines Budget und große Wirkung: Besser verkaufen mit kreativen Marketing. Business Village, April 2009.



**Kunden gewinnen und binden:** Mehr verkaufen durch innovatives Marketing. Verlag Versicherungswirtschaft, Oktober 2009

## 4) Referenzprojekte: Online-Marketing

**Dentsu**, Internet-Agentur: Digitales Marketing, 04.-8.2011

**NV-Versicherungen**: Public Relations und Online-PR: 2007-2009

**SV Deutschland**, Catering: Content und Online-Marketing: 2006-2009

**Trainforce, Akademie für Finanzdienstleister**: Online-Marketing, 2004-2006

**Softfair**, IT-Systemhaus: Online-Marketing: 2006-2009

**Baker Tilly Roelfs**: Digitales Marketing: Content-, Online- und Social-Media-Marketing, seit 09.2015

- Digitales Marketing: Konzeption für Digital Branding mit Partner-Positionierung als Markenbotschafter

**Bank/Versicherung: Wüstenrot und Württembergische, 05. 2013 bis 07. 2013**

- Digitales Marketing Strategie-Beratung: Zieldefinition, Messung, Status Quo und Gründe für den Change. Definition von Content-Formaten, Inhalten, Medien und Omni-Channel Management mit Prozessen
- Social-Media-Strategie Beratung mit Benchmarking: Mitbewerber-Analyse im Internet und Social Media mit Analysen bezüglich Online-Präsenzen im Vergleich zu Best Practices mit taktischen Empfehlungen

**Versicherungsmakler: Henkel und Laris, 06. 2015 – 09.2015**

- Digitales Marketing mit Aufbau von Web-Präsenzen als Reputationsschutz und Webmonitoring
- Reputationsmanagement: Ist Aufnahme, Strategie, Umsetzung und Governance

**OBI Smart Technologies (früher: GdD), 04.99 – 12.00**

- Digitales Marketing: Website Relaunch Auswahl eines CMS (Content Management System) und Modul-Entwicklung, z.B. Marktseiten, Jobbörse: [www.obide.de](http://www.obide.de)
- Website für Mietprofi mit Online-Reservierung: [www.mietprofi.de](http://www.mietprofi.de)
- BOS-Website mit CMS und Online-Beratungsmodul: [www.bos-haus.de](http://www.bos-haus.de)
- B2B-Lösung für E-Procurement: [www.sourceport.de](http://www.sourceport.de)
- Produktmanagement für neue Medien mit Geschäftsjahresplanung mit Projektplanung
- Machbarkeitsstudien für CRM (Customer Relationship Management): OBI Card
- Prototyp-Entwicklung POI (Point of Information) mit Evaluationskonzept

**A. T. Kearney: Freie Mitarbeit für Digitales Marketing, international, 06.-09.2015**

- **Digitales Marketing mit Steuerung der Online Aktivitäten** zur Unterstützung der DACH Marketing-Strategie zur Erhöhung der Sichtbarkeit der digitalen Marke bei gleichzeitiger Prozessoptimierung in Absprache mit der Marketing Zentrale in Chicago / USA
- **Social Media Projekt für Buchprojekt** Martin Walker: Operatives Management der integrierten crossmedialen Kampagne in: *Paid / Owned / Earned / Social Media*
- Optimierung der deutschen Website bezüglich des Brandings (Keywords, Fotos, Videos, SEO) und der Vernetzung der DACH-Seite mit A.T. Kearney Microsites und anderen externen Plattformen (Social Media). Verbesserter Auffindbarkeit und Studien-Vermarktung
- **LinkedIn-Marketing-Kampagnen** zur Erhöhung der Sichtbarkeit der Marke und Produkte
- **Content-Produktion**: Erstellung von eigenem Content und Steuerung des externen Content (Agenturen, Freelancer) zur Unterstützung der Marketing Strategie (Branding, Positionierung). Qualitätsmanagement und -kontrolle, Prozessoptimierung
- **Online-Marketing-Strategie**: Weiterentwicklung und Umsetzung der Strategie mit dem Ziel, sowohl intern (DACH/EMEA/Global) als auch extern (McKinsey, Bain, BCG, Berger) *Leadership* in der digitalen Marketing-Kommunikation zu erlangen
- **Digitales Branding**: SEO-Optimierung für PR- und Marketingmaßnahmen (Publikationen, Blogs, Social Media, Pressemeldungen) zur Erhöhung der Sichtbarkeit
- **Umsetzung der globalen Digitalstrategie in DACH** in Abstimmung mit Chicago

## 5) Referenzprojekte: Content-Marketing

### **Lotto Brandenburg, 03. 2015 – 09.2015**

- Digitales Marketing: Aufbau einer Web-Präsenz mit Reputationsschutz und Webmonitoring
- Aufbau von Web-Präsenzen mit Reputationsmanagement und Webmonitoring

### **BNI, Business Network International für Geschäftsempfehlungen: BNI Wien, 02 2015**

- Digitales Marketing: Strategie-Workshop: DACH Konzept für Facebook-Marketing

**Ebcot GmbH:** Projektleitung für Digitales Marketing, seit 11.2015

### **Topos Personalberatung, 04. 2013 – 07.2013**

- Content-Strategie für Leadership Branding mit Partner-Positionierung als Markenbotschafter
- Aufbau einer Web-Präsenz mit Blog-Marketing, Schulung und Redaktionsplanung

### **Managementcoach: Karin Beck-Sprotte, 06. 2014 – heute**

- Digitales Marketing: Blog-Konzeption, Entwicklung, Marketing, Redaktion mit Schulung
- Strategie und Konzept für Personal Branding und CEO-Kommunikation mit Video-Marketing

### **Huf Haus, 04. 2013 – 10.2013**

- Digitales Marketing: Blog-Konzeption, Entwicklung, Marketing mit Schulung: Texten fürs Web
- Reputationsmanagement: Ist Aufnahme, Strategie und Umsetzung sowie Governance

### **Streif Haus, 05. 2015 – 07.2015**

- Digitales Marketing: Aufbau von Web-Präsenzen mit Webmonitoring
- Reputationsmanagement: Ist Aufnahme, Strategie und Umsetzung sowie Governance

### **Bilfinger: CEO Kommunikatin, 10.2014 – 05.2015**

- Digitales Marketing: Strategie und Konzept für Personal Branding
- Reputationsmanagement: Ist-Aufnahme, Strategie, Umsetzung.

### **Wissenschaftliche Arbeiten**

#### **Content-Marketing-Lehrauftrag an der EMBA Medienakademie Düsseldorf, 2013 bis 2014**

Studiengang: Business Management (B.A.) 1-3. Semester. Inhalte: Content-Marketing-Einsatz mit Methoden und Instrumenten wie Storytelling und Kampagnen-Management, Abgrenzung zu Online-Marketing und Public Relations, Themen, Ansprache, Tonalität, Ziele, Nutzen und Einsatzfelder, Branchen, Zielgruppen, Merkmale, konzeptionelle Ansätze im Vergleich und Handlungsempfehlungen zur Content-Produktion. Umfang: 150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen, 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen sowie Prüfungsvorbereitung mit Prüfung.

#### **Buch: Content-Marketing in Theorie und Praxis für den Springer Gabler Verlag**

**Diverse Fachbeiträge wie: Content-Marketing: Neue Chancen zur Vermarktung für Finanzdienstleister** in der Studie: Social Media für Versicherungen, AMC und Hilker Consulting, 2014

## 6) Referenzprojekte: Digitale Transformation

### AXA Deutschland: PKV-Projekt zur Digital Business Transformation

Optimierung der Krankenleistungs-Prozesse hinsichtlich Effizienz, Kundenservice und Datenqualität unter Ausschöpfung und Nutzung innovativer, digitaler Technologien. Unterstützung der Projektkommunikation in Bezug auf:

- „Change Management“, insbesondere für „Digital Immigrants“
- Konzeption interner Kommunikationskanäle Intranet, Foren, Blogs, Wikis
- Innovationsmanagement zum PKV-Produktmarketing
- Unterstützung des Projektteams bei der Erstellung von Fachkonzepten aus Kundensicht, dabei jedoch immer Beachtung des Spannungsfeldes Kundensicht vs. technischer Umsetzbarkeit
- Berücksichtigung und Visualisierung der Customer Journey unter Berücksichtigung der Nutzung innovativer, digitalen Services, permanente Aktualisierung der Customer Journey
- Definition eines Innovationsprozesses im Kontext digitale Transformation, Aufbau eines Phasenmodells von der Ideenfindung bis zur Markteinführung einer Innovation
- Unterstützung des Projektmanagements und Übernahme von Projektoffice-Aufgaben sowie Sparringspartner für den Teilprojektleiter.



### EnBW Führungskräfte Workshop: Führung mit Enterprise 2.0 Tools

- Aufgabe: Strategie-Entwicklung für die EnBW IT-Führungskräfte von zum Chatter-Projekt
- Stakeholder: Manager der IT-Abteilung: 8 Führungskräfte: höheres + mittleres Management
- Ziele der Beratung:
  - Informationen, Sensibilisierung und Commitment der Führungskräfte bezüglich Enterprise 2.0 mit Analysen, Benchmarking und Strategie-Alternativen
  - Steigerung der Management-Adoption und verstärkter Salesforce Einsatz in der Praxis
  - Potentiale in den jeweiligen IT-Bereichen wecken
  - Verbesserung der Führungskräfte-Kommunikation
  - Steigerung der Sichtbarkeit der Manager in Chatter (Salesforce Tool)
  - Positives Meinungsbild prägen der Community durch die Manager
- Inhalte der Beratung
  - Ängste, Vorbehalte und Skepsis auflösen
  - Mindset Entwicklung zur Motivationsförderung
  - Tipps zur Kommunikation durch Entwicklung eigener Use-Cases
  - Starthilfe Programm mit Übungsaufgaben mit Diskussion

### Führungskräfte-Training: Bosch mit Enterprise 2.0 im Change Management

Umsetzung einer Strategie zur internen Kommunikation zum Wissensaustausch im Bereich Projektmanagement mit dem Enterprise 2.0 Tool Connections von IBM mit folgenden Projekten-Aufgaben:

- Ziele: Wettbewerbsfähigkeit sichern mit Kontextsensitivität, Schnittstellen, Integration, Dynamik
- Einsatzfelder: Geschäftsprozess-, Wissensmanagement, Zusammenarbeit, Digitale Business Transformation
- Nutzen: Zugang zu Informationen und Wissen intern effizient mit Tempo digital verbessern
- Einsatzebene: Vorstand als Projekt-Sponsor im unternehmensweiten Change-Management
- Erfolgsfaktoren: Integration in bestehende Geschäfts- und Arbeitsprozesse mit Use Cases
- Barrieren reduzieren: Einfache Bedienbarkeit, Akzeptanz und Nutzen, Unternehmenskultur
- Branche und Unternehmensgröße: Automobil, 300.000 Mitarbeiter international
- Aufgaben im Gesamtprojekt:
  - Einbindung der Benutzer in den Prozess der Inhaltserstellung, um die Entscheidungsfindung und die Geschäftsergebnisse zu verbessern
  - Konzeption im Bereich Personalentwicklung, Projekt- und Kompetenzmanagement
  - Internationale Führungskräfte-Schulung zur aktiven Nutzung mit Social-Networking- und Community-Management: Konzeption und Durchführung von Präsenz-Training und Blended-Learning international mit didaktisierten Unterrichtseinheiten
  - Wissensmanagement-Steuerung von Inhaltserstellung für das Content-Management, um die Produktivität und die Geschäftseffizienz zu beschleunigen.
  - Auffinden von Know-how und Inhalten über Social Analytics, um engere Projekt-, Kunden- und Partnerbeziehungen zu unterstützen
  - Teilen von Informationen: Interaktion zwischen Headquarter und den internationalen Niederlassungen mit Trainingsvideos und Präsentationen, Formulare und Umfragen

## 7) Referenzprojekte Social Media

### Social-Media-Bücher (siehe oben) unter anderem:

- [Erfolgreiche Social-Media-Strategien für die Zukunft](#), Lindeverlag, 2012
- [Social Media für Unternehmer](#), Lindeverlag, 2010
- [Web 2.0 in der Assekuranz](#), Gabler Verlag, 2010

### Lehrauftrag

- „Social Media Kommunikation“ für den „Social Media Manager“ an der FH Köln (2011-2012)
- „Social-Media-Marketing“ für „Social Media Manager“ an der FOM (von 2012 bis 2014)

### Social-Media-Beratung

- **Targobank:** Social Media Audit mit Erfolgsmessung, 06.-08.2014
- **Threon:** Social Media mit Risikomanagement, 06.-09.2014
- **Telekom:** Marktforschung: Social Media Potentiale, 06.-09.2014
- **AMC:** Studie über Social Media für Versicherungen, 2011 / 2014
- **AXA: Workshop:** Social Media Relations, 05.2013
- **Diverse Hochschulen: FH Köln, FOM, Emba-Medienakademie**
- Social-Media-Lehraufträge mit Best-Practice-Beispielen, seit 2011
- **Ostdeutscher Sparkassenverband:** Social-Media-Seminare, 2012-2013
- **Wüstenrot & Württembergische:** Social-Media-Beratung, seit 03.2013
- **Flughafen München:** Social-Media-Beratung seit 01.2012
- **PSD Bankenverband:** Social-Media--Beratung mit Content-Marketing und Change Management, 2011
- **Nürnberger Versicherung, Workshop:** Social Media und Reputationsmanagement, 05.2013

### Strategie-Workshops und Speaker-Präsentationen

<p><b>Strategie-Workshops</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apollo Haus</li> <li>• Atlanta Büromöbel</li> <li>• BME</li> <li>• Dein-Guter-Ruf</li> <li>• Dentsu</li> <li>• Dotversicherung</li> <li>• e.bootis</li> <li>• EnBW</li> <li>• Femity, Frauen-Community</li> <li>• Flughafen München</li> <li>• G-Data, Software</li> <li>• Gerschon</li> <li>• Go Akademie, Akademie</li> <li>• Goldwell</li> <li>• MicroStrategy</li> <li>• Nootebook-Klinik</li> <li>• PSD Bankenverband</li> <li>• SieMatic</li> <li>• Streif Haus</li> <li>• Sutter Telefonbuchverlag</li> <li>• Threon</li> <li>• Universal Music</li> <li>• Wunderknaben</li> <li>• Wüstenrot &amp; Württembergische</li> </ul> <p><b>Studien</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Web 2.0 in der Assekuranz, 2009</li> <li>• <a href="#">Social Media in der Assekuranz</a>, 2011 / 2014</li> </ul>	<p><b>Speaker</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktion Neue Zukunft</li> <li>• Alexander Rusch Kongress, Zürich</li> <li>• AMC Finanzforum, Düsseldorf</li> <li>• BWGV-Akademie, Stuttgart</li> <li>• Charta-Messe, Neuss</li> <li>• DJV- Journalistenverband, München</li> <li>• IBM, Düsseldorf</li> <li>• IHK Düsseldorf, Krefeld, Mettmann</li> <li>• Infect, Düsseldorf</li> <li>• K2/scm, Düsseldorf</li> <li>• KMU-Fachtagung</li> <li>• Logistik Kongress</li> <li>• M-Days Messe, Frankfurt</li> <li>• Nürnberger Versicherungen</li> <li>• prismus communications</li> <li>• Ostdeutscher Sparkassenverband</li> <li>• Radian6 / Salesforce</li> <li>• Rotary Club, Remscheid</li> <li>• Berliner Volksbank</li> <li>• Wirtschaftsförderung, Velbert</li> </ul> <p><b>Management-Seminare</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Georg-von-Holtzbrinck-Schule, Handelsblatt</li> <li>• Euroforum Management</li> <li>• IIR Deutschland</li> <li>• News aktuell</li> <li>• TAW Wuppertal</li> <li>• Wirtschaftswoche</li> </ul>
---	---



## 8) Referenzen: IT / Medien

Mit Dr. Claudia Hilker gewinnen Sie eine dynamische Marketing-Expertin mit hoher Fachkompetenz und nachweislich langjährigen Praxis-Erfahrungen durch Projekte in vielen Branchen. Mit diesem Erfahrungsschatz sichern Sie sich fundiertes Know-how für Ihren Projekterfolg.

### Informationstechnologie

- **Askuma**, Finanzmarktplatz aus Zweibrücken  
Internet-Marketing und Produkt-Marketing
- **Datev**, IT-Dienstleister für Steuerberater aus Nürnberg  
Newsletter-Konzeption, Beratung und Training
- **Deutsche Telekom**, Telefonie und Internet-Provider in Bonn  
CRM-Schulungen für die deutsche Telekom bundesweit
- **Dotversicherung**, Anbieter für Top-Level-Domains aus Hamburg  
Online-PR, Online-Marketing
- **CSN**, Anbieter für Online-Konferenzen aus Düsseldorf  
PR, Online-Marketing
- **Dein-Guter-Ruf.de**, Online-Reputationsmanagement aus Essen  
Online-Marketing
- **Femity**, Community-Gründung und Vermarktung in Düsseldorf  
Gründung und Marketing für eine Internet-Community für berufstätige Frauen
- **MicroStrategy**, BI-Anbieter (Business Intelligence) aus USA  
Digitales Marketing mit Blog-Konzeption, Umsetzung und Redaktion
- **Salesforce und Radian6**, Social-Media-Monitoring, Vertriebskooperation für Kundenberatung
- **Viwis**, E-Learning-Anbieter: PR für E-Learning in der Versicherungswirtschaft mit Buchbeitrag

### Medien + Verlage

- **Business Village** Verlag, Göttingen: Gemeinsame Buchproduktion
- **Gabler Verlag, Wiesbaden**: Gemeinsame Buchproduktion, Social-Media-Seminare und Vorträge
- **Lexis Nexis**, Verlag, Münster: Online-Konzeption und Redaktion
- **Linde Verlag**, Wien: Gemeinsame Buchproduktion
- **Sutter Telefonbuchverlag**, Essen: Social-Media-Strategie, Kunden- und Mitarbeitergewinnung
- **V-aktuell**, Kundenmagazin, Hamburg: Beratung und PR für Kundenmagazine
- **Verlag für Wissen und Innovation**, Starnberg: Krisen-, PR- und Reputationsmanagement

## 9) Agenturen

- **Dotkomm**, Internet-Agentur  
Public Relations, Online-Verbreitung
- **Wunderknaben**, Social Media Agentur in Düsseldorf  
Online-PR, Presse-Konferenz, Kooperationsmarketing
- **AV-Image**, Filmproduzent aus Düsseldorf  
Website-Konzeption, Redaktion, Online-PR, Ebook-Produktion
- **Dentsu**, Werbe-Agentur in Düsseldorf  
Interimsmanagement Public Relations

## Events + Bildung

### Speaker für Events (Auszug)

- **M-Days Messe**, Frankfurt (Branchenleitmesse Mobil-Marketing)
- **Charta-Messe**, Neuss
- **DJV-Journalistenverband**, München und Düsseldorf
- **IBM**, Düsseldorf
- **IHK Düsseldorf**, Krefeld, Mettmann
- **Salesforce**, Region DACH

### Seminare zur Weiterbildung (Auszug)

- **Euroforum Management**: Social Media Manager
- **Textakademie**: Referentin für Public Relations und PR-Beratung
- **Handelsblatt / Georg von Holtzbrinck-Schule**: Social Media Seminare
- **IIR Deutschland**: Social Media Seminare
- **News aktuell / dpa**: Social Media Seminare
- **TAW Wuppertal**: Facebook Seminar

### UNIVERSITÄTEN: Lehraufträge, Gast-Vorträge (Auszug)

- **FOM**: Lehrauftrag für Social Media Manager
- **Fachhochschule Köln**: Lehrauftrag für Social Media Manager
- **Universität Bielefeld**: Lehrauftrag für Kreatives Schreiben und E-Learning
- **Universität St. Gallen**: Autorin für Learning-Communities im Handbuch

**Weitere Branchen-Erfahrungen:** Projektliste auf Anfrage

**Health-Care, Food, Handel, Industrie, Finanzen, Bau-Branche, Akademien**



## 10) Kunden-Meinungen

Was Kunden über Dr. Claudia Hilker sagen ...

### Flughafen München GmbH

„Wir bedanken uns recht herzlich für die interessante und lehrreiche Pilotschulung „Social-Media-Wissen für Führungskräfte“. Dabei sollen die Führungskräfte den Stellenwert von Social Media verstehen, vermitteln und unterstützen, damit sich auch ihre Mitarbeiter richtig und kompetent engagieren. Alle Workshop-Teilnehmer waren begeistert und wir werden den Kurs in unser Weiterbildungsangebot übernehmen.“

Helmut Schindlbeck, Interne Kommunikation, Print- und Onlinemedien, Social Media bei der Flughafen München GmbH

+++++

**„Informativ. Praxisorientiert. Unterhaltsam.“**

So haben wir das Team der [go! Akademie](#) den Workshop mit Dr. Claudia Hilker erlebt.

Als Trainingsunternehmen und führender Anbieter für Führungs- und Vertriebsseminare ist Social Media von enormer Bedeutung, um unsere (potentiellen) Kunden und Lieferanten auf allen Kanälen zu erreichen. Dr. Claudia Hilker vermittelte in ihrer kompetenten und sympathischen Art die momentan aktuellen Trends, erläuterte theoretische Basics und verdeutlichte ebenso konkrete Beispiele für den Transfer in die Praxis. Das Feedback aller Workshop-Teilnehmer war ausgesprochen positiv. Haben Sie herzlichen Dank dafür!“

+++++

**Stefan Letsch, Inhaber “derLetsch – Planen. Sparen. Schützen”**

“Vielen Dank für die angenehme und effektive Zusammenarbeit. Das war Beratung mit WOW-Effekt! Es sind die Kleinigkeiten, die aus einer Idee etwas ganz Großes werden lassen. Von Anfang an waren Sie mit Begeisterung bei der Sache. Es wurden bei mir unzählige kreative Gedanken freigesetzt, bei deren Umsetzung Sie mich tatkräftig unterstützt haben. Insgesamt eine sehr empfehlenswerte Sache.”

+++++

**Matthias Brauch, Geschäftsführer Softfair, Hamburg**

„Was uns besonders gut an der Zusammenarbeit mit Hilker Consulting gefällt, ist die kontinuierliche Veröffentlichung von professionellen Artikeln über unser Unternehmen und unsere Produkte. Wir konnten mit Unterstützung von Hilker Consulting unseren Bekanntheitsgrad merklich steigern. Nicht zuletzt wurde uns bei der Erstellung der Inhalte unserer Homepage und Prospekte wertvolle Hilfe zuteil. Über die produktive Zusammenarbeit mit Hilker Consulting freuen wir uns immer wieder.“

