



SOCIAL MEDIA CONFERENCE

Montag, 25.10.2010

Social Media – Die wichtigsten Fakten im Überblick

- 09.00 – 10.30 Uhr
- **Begrüßung durch den Moderator Prof. Dr. Klemens Skibicki**, Social Media Buchautor und Unternehmensberater, Brain Injection
 - **Keynote: Social Media und was kommt danach?**
 - **Vom Hype zur Wertschöpfung: Eine realistische Betrachtung von Social Media**
Mirko Lange, Geschäftsführer, talkabout communications gmbh (GPRA)

10.30 Uhr

Kaffeepause und Besuch der begleitenden Fachausstellung

Branding 2.0: Facebook, Twitter, Youtube & Co. im Marketingmix

- 11.00 – 13.00 Uhr
- **Social Media Monitoring »Erfolgsmessung und Marktforschung in Social Media«**
Sandra Griffel, Unit-Leiterin Kreation, denkwerk gmbh
 - **Markenführung und PR: Wie verändert sich die Markenwahrnehmung durch die neuen Kanäle?**
angefragt
 - **Multisensorisches Zielgruppen-Engagement im Social Web bei Beck`s**
Eike Faecks und Fabia Gerhartz, Geschäftsführer, White Rabbit

Kampagne

13.00 Uhr

Mittagessen und Besuch der begleitenden Fachausstellung

- 14.00 – 15.45 Uhr
- **Social Media Strategie als integrierte Strategie über alle Kanäle**
angefragt
 - **Hyper Local Marketing Best Practices: Foursquare und Co erfolgreich nutzen**
mit Fallbeispielen von History Channel, Barbie Mattel, Domino`s, KFC und Lionsgate
Michael Gebert, Gründer, marketing society
 - **Social goes Mobile – die Freunde immer und überall dabei**
Joachim Bader, CEO, CLANMO GmbH

Kampagne

15.45 Uhr

Kaffeepause und Besuch der begleitenden Fachausstellung

Krisen PR – Wenn es aus dem Ruder läuft

- 16.00 – 17.30 Uhr
- **Impulsvorträge – So sind wir aufgestellt für die Krise**
Unternehmen berichten über ihre Krisenpläne und -maßnahmen
 - **Podiumsdiskussion – Diskutieren Sie mit ausgewählten Vertretern der Branche**
 - Was tun im Falle einer Krise – So vermeiden Sie den Super-Gau
 - Was tun, wenn (schlecht) über mich gesprochen wird

Diskussion

ab 19.00 Uhr: Abendveranstaltung

Gelegenheit zum ausgiebigen Networking: Im Anschluss an den ersten Konferenztag, laden wir Sie ein zu einer gemeinsamen Abendveranstaltung. Lassen Sie sich überraschen und nutzen Sie die Gelegenheit zum ausgiebigen Networking in entspannter Atmosphäre.



SOCIAL MEDIA CONFERENCE

Dienstag, 26.10.2010

Was Social Media noch alles kann

09.00 – 10.30 Uhr

- **Digitale Mundpropaganda, Social Media und was soll das eigentlich alles?**
Dr. Martin Oetting, Director Research, trnd AG Keynote
- **Crowdsourcing bei Tchibo: Die Ideencommunity Tchibo ideas**
 - Was ist Crowdsourcing und warum startete Tchibo eine Ideenplattform?
 - Wie funktioniert die Ideenplattform Tchibo ideas?
 - Proof of concept: vom Launch der Community zum Verkauf der ersten Tchibo ideas-generierten Produkte
Turadj Schahbasi, Leiter Business Development, Tchibo direct GmbH

10.30 Uhr

Kaffeepause und Besuch der begleitenden Fachausstellung

Social Media in der Unternehmenskommunikation

11.00 – 13.00 Uhr

- **Social Media für CRM & Kundendialog** | angefragt
- **Kundensupport im Social Media Zeitalter jetzt, hier und überall!** | angefragt
- **Der Social Media Response Praxistest – wie gut reagieren Unternehmen heute auf Kunden im Social Web?**
Frank Mühlenbeck, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Kommunikation und Recht im Internet (DIKRI) an der Cologne Business School & Buchautor Studie

13.00 Uhr

Mittagessen und Besuch der begleitenden Fachausstellung

Auswirkungen auf die Unternehmensorganisation

14.00 – 16.00 Uhr

- **Rechtliche Fallstricke in Sozialen Netzen**
Christian Solmecke, LL.M. Rechtsanwalt, WILDE BEUGER & SOLMECKE Rechtsanwälte
- **Enterprise 2.0 - Social Media für die interne Kommunikation**
Sean MacNiven, Head of Social Web, SAP AG
- **Warum der Chief Social Media Officer und Chief Listener kommen wird – Standortbestimmung, Bedeutung, Rolle und Profil eines multidisziplinären Allrounders**
Michael Gebert, Gründer, marketing society Impulsvortrag
- **Podiums-Diskussion – Diskutieren Sie mit ausgewählten Vertretern der Branche**
 - Governance – Welche Guidelines sind im Unternehmen zu implementieren?
 - Social Media – Eigener Bereich, Teil der Marketingabteilung oder Agenturleistung?Es diskutieren u.a. Michael Gebert • Ergin Iyilikci (Vice President Corporate Communications Scout24)
• Sean MacNiven • Dr. Nadja Parpart (Director Consulting, virtual identity AG) • Christian Solmecke Diskussion

16.00 Uhr

Kaffeepause und Besuch der begleitenden Fachausstellung

Marketingpraxis: Facebook-Special

16.15 – 17.45 Uhr

- **Marketing mit Facebook**
In einem 90 minütigen Block werden die relevanten Plattformen (Fanpage, Anwendungen, Connect) vorgestellt und mit Hilfe von Fallstudien formuliert.
Dr. Andreas Bersch ist Autor des Businessblog www.facebookbiz.de sowie Geschäftsführer der Agentur Berliner Brandung Facebook