



Community & Marketing 2.0 SUMMIT

28. – 30. September 2010
Steigenberger Hotel, Hamburg

Best Practices für Geschäfts- und Marketing-Aktivitäten im Social Web

Referenten von

- ARD
- Coca-Cola
- Fiat
- Greenpeace
- Lufthansa
- mirapodo
- Monster
- u.a.

Initiative

www.community-summit.de



Platin Sponsor



Silber Sponsor



Veranstalter



Stefanie Kleebauer
Projektleitung
Social Web
WORLD

Der Erfolg von Twitter und Facebook wird immer wieder als Scheitelpunkt der Entwicklungen zum Social Web angeführt. Eine jüngst erschienene Untersuchung der GfK hält fest, dass die sozialen Medien als Kommunikations- und Interaktionskanal nicht mehr wegzudenken sind. Nun geht es um die konkrete Umsetzung von Geschäfts- und Marketing-Aktivitäten, die auf diese neuen Dienste aufsetzen.

Vor diesem Hintergrund erläutert der Community & Marketing 2.0 SUMMIT die Herausforderung des Betriebs und Managements eigener Community-Aktivitäten und die verschiedenen Einsatz- und Anwendungsfelder für das Marketing.

In zwei parallelen Strängen werden aktuelle Schwerpunkte des Marketing 2.0, wie Krisen-Kommunikation und Kundenservice 2.0 sowie des Community Managements, wie Community Engagement und Erlösmodelle, anhand von aktuellen Erfolgsstrategien und Best-Practices aus Unternehmen diskutiert.

Zudem bietet die Veranstaltung eine Plattform für den Wissensaustausch und das Networking.

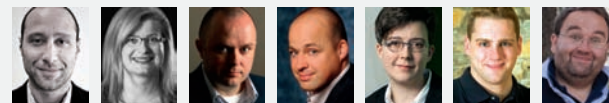
Hiermit möchten wir Sie auf die geplanten Sessions und erste Best-Practices aufmerksam machen.

Referatsvorschläge zu den Themenschwerpunkten nehmen wir weiterhin gerne entgegen.

Zusätzlich zu den beiden Kongresstagen bietet der SUMMIT am Vortag, dem 28.09.2010, drei zusätzliche Seminare zu den Themenschwerpunkten Facebook Marketing, Community Marketing und Markenkommunikation.

Weitere Informationen, Programm und Anmeldung unter www.community-summit.de

Referenten (Auswahl)



Giuseppe Fiordispina, Leiter Kommunikation, **Fiat Automobil AG**

Eva-Maria Goldmann, Community Managerin, **Monster Worldwide Deutschland GmbH**

Susanne Hehl, Online Redakteurin Community Management, **Schulen ans Netz e.V.**

Eric Hofmann, Director Marketing, **mirapodo GmbH, OTTO Group**

Antony Mayfield, Senior Vice President, Social Media, **iCrossing UK**

Rebecca Newton, Chief Community & Safety Officer, **Mind Candy, London UK**

Tom Noeding, Community Manager (evangelisch.de), **Hansisches Druck- und Verlagshaus GmbH**

Anja Rau, Director Digital Strategy, **Leo Burnett GmbH**

Claudia Sommer, Webmanagerin, **Greenpeace e.V.**

Beate Steffens, Community Managerin, **Greenpeace e.V.**

Florian Stöhr, Community Manager, **StayBlue**

Björn Szostak, Redakteur, **ARD Onlinekoordination**

Michael Willeke, Director Marketing Communications, **Coca-Cola GmbH**

Dr. Torsten Wingenter, Global Coordination Social Media Marketing, **Deutsche Lufthansa AG**



Programmstruktur

1. Kongresstag 29. September 2010

Keynote: Das Social Web und die Markenkommunikation

Herausforderungen und Lösungsansätze für die Markenkommunikation im Social Web

Marketing 2.0

Social Media Marketing

Aufbau und Betrieb von sozialen Diensten und Applikationen als Werkzeug für das Marketing

Branded Entertainment

Auf Unterhaltung ausgerichtete Nutzung der sozialen Medien für die Markenkommunikation

Branded Community

Aufbau und Betrieb eigener Communities als Kundenbindungs- und Marketing-Aktivität

Facebook Marketing

Nutzung von Facebook für das Marketing & die Markenkommunikation

Krisen Kommunikation 2.0

Umgang mit Reputationsproblemen und Krisenvorfällen in der Online-Kommunikation

Social Media Analyse

Vom Blog- und Foren-Clipping zur Sentiment- und Netzwerkanalyse

Open Space Workshop: Ideenmarkt

Sammlung von kritischen Fragen zur Umsetzung von Social Media Aktivitäten

Community Management

Community Design

Erfolgskonzepte für die Umsetzung von Community Konzepten

Community Engagement

Ansatzpunkte und Erfolgsfaktoren für die Steuerung der Community Aktivität

Community Erlösmodelle

Konzepte und Erfolgsfaktoren für die Monetarisierung von Community Projekten

Rolle des Community Managers

Organisatorische Einbindung und Verständnis der Position des Community Managers

Business Case:

Community Management

Wie rechnet sich das Community Management und welchen Beitrag leistet es?

Moderationskonzepte

Diskussion zu Moderationsansätzen für das Community Management

Programmstruktur

2. Kongresstag 30. September 2010

Keynote: Erfolgsfaktoren der Community Moderation

Erfahrungswerte aus acht Jahren Community Management

Marketing 2.0

Social Media Policy

Leitlinien für die Einbindung der Unternehmensmitglieder in die Kommunikation im Netz

Kundenservice 2.0

Organisation der Kundenkommunikation und des Kundenservices in Echtzeit

Open Space Workshop: Arbeitsgruppen

Diskussion verschiedener Fragestellungen in Kleinstgruppen

Open Space Workshop: Diskussion der Ergebnisse

Vorstellung und Diskussion der Gruppenergebnisse im Plenum

Keynote: Erfahrungen mit dem Community-orientierten Marketing

Ganzheitlicher Erfahrungsbericht zu Social Media und Community Aktivitäten eines Unternehmens

Community Management

Community Controlling

Ansätze für die Erfolgsmessung einer Community-Aktivität

Community Krise

Moderation und Management von Brennpunkten einer Community

Seminartag 28. September 2010

Facebook Marketing

Seminarleitung: Dr. Andreas Bersch, General Manager, Berliner Brandung

Community Marketing

Seminarleitung: Thomas H. Kaspar, Chefredakteur Community, Director Portal, CHIP Xonio Online GmbH

Markenkommunikation

Seminarleitung: Michael Domsalla, Inhaber, KMTO

Eckdaten

28. September 2010 – Seminartag
29. – 30. September 2010 – Konferenz

Veranstaltungsort

Steigenberger Hotel Hamburg
Heiligengeistbrücke 4
20459 Hamburg
Tel.: 040 36806-0

Leistungen

- Konferenzteilnahme
- Download Vorträge
- Online-Zugang Doku
- Kaffeepausen, Mittagessen

Leistungen Seminar

- Seminarteilnahme
- Seminarunterlagen
- Teilnahmezertifikat
- Kaffeepausen, Mittagessen

Frühbucher Preis bis 25.08.2010

SUMMIT (2 Tage) € 790,-

Seminartag € 490,-

Seminartag und SUMMIT (2 Tage) € 1.090,-

SUMMIT (1 Tag) € 490,-

Seminartag und SUMMIT (1 Tag) € 790,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

Medienpartner



Weitere Informationen, Programm und Anmeldung unter

www.community-summit.de

© Kongress Media GmbH
Knorrstr. 85 • D-80807 München
Telefon +49 89 2000 1463
Telefax +49 89 2000 1464
info@kongressmedia.de
www.kongressmedia.de

© Social Web WORLD ist eine geschützte Marke der Kongress Media GmbH

KongressMedia
Driving Business Innovation