

Hamburg,
29. September 2011

Social Media Day

- Topaktuelle Einblicke in Arbeitsweisen und Tools der Social-Media-Experten
- Fit machen für die kommende Marketing-Welt
- Ausbildung direkt von den führenden Machern der Branche
- Social Media als Branding- und Abverkaufstool verstehen und nutzen
- Technische Hintergründe und Möglichkeiten begreifen
- Branchen- und Expertenkontakte auf- und ausbauen

Erfahrene Referenten führen mit Kurzvorträgen, Erfahrungsberichten, Live-Vorfürungen und Diskussionen durch einen intensiven Seminartag.

Social Media

Überblick, Möglichkeiten und Quick-Wins

Social Media ist in aller Munde und tatsächlich nimmt die Relevanz des Marketing-Kanals mit jedem Facebook-Profil und jedem Foren-eintrag weiter zu. Das Social-Media-Feld ist dabei extrem unübersichtlich.

Welches Angebot sollte man im Griff haben, wo handelt es sich (noch) um wenig relevanten Hype? Viele klassische Unternehmen erzielen spannende Wettbewerbsvorteile. Was tun sie genau? Welche günstigen Umsatz- und Marketing-Hebel gibt es? Wo entstehen neue Optionen für Branding, Positionierung und CRM?

Die Hamburg Media School – mit ihren Partnern aus privater Medienwirtschaft und Universität – hat ein Angebot konzipiert, das genau auf die Bedürfnisse des Marktes reagiert: kompakt und fundiert verbindet es tiefe Marktkenntnisse und praktische Anwendungen von und mit Branchenprofis.

Für wen konzipiert?

- Marketing-Verantwortliche aus Unternehmen des Handels, der Industrie, Medien oder Touristik
- Young Professionals mit Internet-Knowhow und ersten Social-Media-Berührungen, die ihr Wissen intensivieren und verbreitern wollen
- Führungskräfte aus allen Branchen, die einen Überblick zum Thema und neue Wachstumspotenziale für ihr Geschäft suchen
- Hochschulabsolventen mit dem Berufsziel Marketing, Medien oder Internet

Programm

- 9:00 Uhr Empfang & Intro
- 9:15 Uhr Social Media: Kanäle und Marktübersicht
- 10:00 Uhr Präsent sein auf Facebook : Pages, Ads und Apps
- 11:30 Uhr Effizientes Management von Facebook Ads
- 12:00 Uhr Social Media Trends 2011
- 12:30 Uhr Mittagspause
- 13:30 Uhr Social Media: Best & Worst Cases
- 14:30 Uhr Social Media Case
- 15:30 Uhr Social Media Monitoring und Web Analytics
- 16:30 Uhr Social Media und Recht
- 18:00 Uhr Seminar Ende

Themen

Marktüberblick und Relevanz der Angebote

- Optionen in den sozialen Medien
- Marktusancen, Metriken und Marktbesonderheiten
- Unterschied strukturierte und virale Kanäle
- Best und worst case benchmarks
- Sinnvoller Einsatz von Ressourcen beim Social Media Marketing (Aufwände und Erlöse)

Diskussion: Ein Social-Media-Unternehmer berichtet und erläutert seine Erfahrungen.

- Inhouse vs. Agentur
- Anregungen und Erfolgsfaktoren von Content-Strategien
- Social Media Monitoring
- Trends and the next Big Thing?

Vertiefung: Ein Performance-Marketing-Profi öffnet seine Trickkiste:

- Abverkäufe und Fans generieren: So einfach kann es sein
- Worauf man unbedingt achten muss

Referentenauswahl

Dr. Sabine Trepte

die Diplom-Psychologin ist Professorin an der Hamburg Media School und forscht zum Nutzungsverhalten von Usern in sozialen Medien.

Florian Schüppel

entwickelte die Facebook-Kampagne für Calvin Klein, die zu den erfolgreichsten Social-Media-Kampagnen in Deutschland zählt. Zusammen mit Freunden erfand er 2009 die Veranstaltung „Ugly Dance World Cup“, die nur über soziale Medien vermarktet, 4000 organisch-gewonnene Facebook-Freunde sowie Medienberichte u.a. in BILD, ZDF, MTV, Arte, Mopo erzielte.

Markus Drühe

leitet die Beratung der Digitalagentur KolleRebbe aus Hamburg und betreut in dieser Funktion Nike Football Deutschland und Mesut Özil auf Facebook.

Claudia Strauch

Die Diplom-Kauffrau arbeitete als Internet Analyst bei dem Elektronikonzern Philips in Amsterdam und hat dort den Bereich Webcontrolling aufgebaut. Aktuell ist sie als Consultant für die Firma content-metrics tätig.

Christian Wiebe

ist Pressesprecher der Trinkwasserinitiative Viva Con Agua. Der Kanal Social Media bietet NGOs und Charity Organisationen wie Viva Con Agua und der angebundene Wasser GmbH eine Vielzahl von Plattformen, um Reichweite, Aufmerksamkeit und Spenden zu generieren.

Dr. Ralph Oliver Graef LL.M.

Der Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht ist Partner der Hamburger Kanzlei Graef Rechtsanwälte und referiert zu den rechtlichen Herausforderungen und Fallstricken der Social Media Kanäle.

Svenja Teichmann

ist bei OTTO in Hamburg im Bereich OneStopShopping tätig. Daneben ist sie Partnerin bei der auf Online Marketing spezialisierten Beratungsfirma Cubic Consulting und hält Workshop und Seminare u.a. zum Thema Social Media.

Paul Fritze

ist als Leiter Social Media und Kooperationen für die Betreuung der Facebook und Twitter Accounts sowie des Corporate Blogs von audible.de zuständig und auch privat twittert und blogged der leidenschaftliche Hobbykoch.

Dominik Lehmann

ist als strategischer Planer bei der Agentur Philipp und Keuntje und Senior Researcher bei Interone tief im Thema Social Media Monitoring und Erfolgsmessung verwurzelt.

Dr. Judith Gentz

promovierte an der Hamburg Media School und ist Mitgründerin der milabent GmbH, ein junges Hamburger Unternehmen, das integrierte Lösungen für das mobile Marketing und mobile Publishing anbietet. Zuvor war sie mehrjährig in der Verlagsbranche tätig.

Marco Nussbaum

gründete mit dem prizeotel Bremens erstes Designhotel in dessen Marketing Mix soziale Medien einen zentralen Pfeiler darstellen. Vom Videotagebuch zum Bau des Hotels auf youtube bis zur Incentivierung der Mitarbeiter über die in Online-Bewertungen gemessene Kundenzufriedenheit.

Susanne Liedtke

leitet das internationale Social Media Team von bonprix und koordiniert in dieser Funktion die Aktivitäten des Modehändlers auf Facebook & Co. für 17 Länder.

Seminarleitung

Sven-Olaf Peeck

arbeitete für die Hamburger Agentur eprofessional im Bereich Suchmaschinenmarketing. Seit 2008 selbstständiger Online-Marketing-Berater mit Fokus auf die neuesten Trends im Bereich der sozialen Medien. 2011 gründete er mit Partnern die Social Media Agentur crowdmedia.

Philipp Westermeyer

war Absolvent der Hamburg Media School. Assistent des Vorstandsvorsitzenden der Gruner + Jahr AG und danach zwei Jahre Analyst und Investment Manager bei Gruner + Jahr New Media Ventures. Gründete 2009 die Online-Vermarktungsfirma adyard.

Wissenschaftliche Leitung

Prof. Dr. Armin Rott

ist Universitätsprofessor für Medienökonomie und Internationales Management an der Universität Hamburg und wissenschaftlicher Leiter der Masterstudiengänge Medienmanagement an der Hamburg Media School.

Anmeldung und Information Social Media Day, 29. September 2011

- Ja, ich nehme teil zum Preis von € 499 zzgl. MwSt. p.P.
- Ja, ich nehme teil zum Vorzugspreis von € 399 zzgl. MwSt. p.P.
Für Mitarbeiter von Unternehmen des Fördervereins der HMS, für Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern (z.B. Start-Ups)
- Ja, ich nehme teil zum Vorzugspreis von € 299 zzgl. MwSt. p.P.
Für Studenten und Absolventen mit dem Berufsziel Medien und Internet
(Berufserfahrung bisher weniger als ein Jahr)

Bitte sprechen Sie uns an, wenn Sie Interesse an einer alternativen Zusammenarbeit (z.B. Inhouse-Schulung) mit den Machern des Social Media Day haben.

Meine Adresse lautet wie folgt:

Name, Vorname	
Firma	
E-Mail-Adresse	
Straße	
PLZ, Ort	
Telefon	Fax
Datum, Unterschrift	

Unsere Hotелеmpfehlung:

Motel One Hamburg-Alster
Steindamm 96-102
20099 Hamburg

Tel.: +49/40/4192497-0

Fax: +49/40/419249710

hamburg-alster@motel-one.com

Schriftlich: Hamburg Media School
Finkenau 35
22081 Hamburg

Telefonisch: +49 (0) 40 413468-18

Fax: +49 (0) 40 413468-10

E-Mail: c.saenger@
hamburgmediaschool.com

Teilnahmebedingungen

Der Teilnahmebetrag inklusive Pausengetränken und Frühstück beträgt pro Person EUR 499, EUR 399 oder EUR 299 und ist nach Rechnungserhalt fällig. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, nach dieser Frist wird die Hälfte des Teilnahmebetrags erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Kleinere Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.