

Corporate **Social Media** Strategien

Neue Optionen für die Unternehmenskommunikation erkennen und nutzen

Wählen Sie aus diesen Terminen

Köln	01. und 02.02.2012
Stuttgart	20. und 21.06.2012

**Sparen Sie 200,-
Euro bei Anmeldung
bis zum 31.12.2011!***

Mit Praxisbeispielen zu Social-Media-Aktivitäten von Unternehmen aus den Branchen Automotive, Consumer, Finanzwirtschaft.

Ihr Seminarleiter



Roland Fiege, MBA, Geschäftsführer,
BI, METRICS & MEASUREMENT IN
DER SOCIAL MEDIA-SPHÄRE

- **Social Media Guidelines für Unternehmen**
- **Betriebswirtschaftlicher Nutzen von Social-Media-Aktivitäten**
- **Steuerung mit der Social Media Balanced Scorecard**

THEMEN

- Wie Social Media funktioniert – Kommunikationsstrukturen und Mechanismen
- 18 Business Cases für Social Media im Unternehmen
- Digitale Meinungsführer über Social Media gewinnen
- Monitoring von Social Media
- Implementierung einer Social Media Balanced Scorecard

IHR NUTZEN

- Sie entwickeln eine umfassende Social Media Strategie für Ihr Unternehmen und können mit Social Media messbare Effekte in der Unternehmenskommunikation erzielen.

Sehr geehrte Damen und Herren, herzlich willkommen zum Seminar **Corporate Social Media Strategien!**

Aktuell findet eine Revolution im Kommunikationsverhalten der Verbraucher und Unternehmen statt. Die Entwicklung und massenhafte Nutzung von Social-Media-Plattformen verändert die Spielregeln der klassischen Unternehmenskommunikation. Social Media eröffnet neue Ansätze im zielgruppenorientierten Marketing, im persönlichen Kundendialog, sowie für den Vertrieb. Trotz des Social-Media-Hypes des zurückliegenden Jahres besteht in vielen Unternehmen noch große Unsicherheit, wie die neuen Möglichkeiten von Social Media wirtschaftlich und effizient für die Unternehmensziele eingesetzt werden können. Vielerorts fehlt noch eine durchgängige Social-Media-Strategie und manche Unternehmen verzichten daher bislang auf die planmäßige Nutzung sozialer Netzwerke.

An diesem Punkt setzt das innovative **Seminar zu erfolg-reichen Corporate-Social-Media-Strategien in der Praxis** an. Es bietet den Unternehmen die Möglichkeit, den Hype um Social Media zu evaluieren und die wirklichen geschäftlichen Potenziale der Entwicklung zu erkennen. Die Bestandteile einer wirkungsvollen Social-Media-Strategie werden vorgestellt und die Auswirkungen im Hinblick auf Mitarbeiter, Kunden und Datenschutzfragen erläutert. Anhand zahlreicher praktischer Beispiele und Best Practices der Vorreiter in der Social-Media-Nutzung wird ein Weg zu einem business-getriebenen Einsatz von Social-Media-Tools beschrieben. Um das Aufstellen von Social-Media-Budgets zu ermöglichen, werden KPIs, Metriken und Benchmarks vorgestellt und das neue Konzept einer Social Media Balanced Scorecard demonstriert. Im Seminar wird die Steuerung der Social-Media-Strategie anhand einer beispielhafte Balanced Scorecard (SMBC) gezeigt.

Nutzen Sie die Gelegenheit und gewinnen Sie für Ihr Unternehmen Sicherheit in der Planung und im Einsatz von Social Media. Profitieren sie von zahlreichen Beispielen neuer Geschäftsmodelle und Einsatzmöglichkeiten und verschaffen Sie sich die Instrumente, um betriebswirtschaftlichen Nutzen aus Social-Media-Aktivitäten zu generieren.

Ich freue mich, Sie auf dem Seminar begrüßen zu dürfen.



Wolf-Dietrich Hutter,
Projektleiter **CORPORATE SOCIAL MEDIA STRATEGIEN**

Wen Sie auf diesem Seminar treffen werden

Dieses Seminar richtet sich branchenübergreifend an Entscheidungsträger und Projektleiter, die Social-Media-Aktivitäten für ihr Unternehmen planen und/oder verantworten, sowie an Mitarbeiter, die an deren Umsetzung beteiligt sind. Insbesondere an:

- Social Media Marketing Manager
- Community Manager
- Marketing Manager
- Online Marketing Manager
- Leiter Unternehmenskommunikation
- Leiter E-Commerce
- Leiter Vertrieb

Wir beraten Sie gerne.
Telefon 069 / 63 00 69 00

PROGRAMMABLAUF 1. TAG

09:00 Check-in und Ausgabe der Seminarunterlagen

09:30 Beginn des ersten Seminartages

Social-Media-Revolution? Was ist dran am Hype?

- Das Mitmach-Internet: Das Web 2.0 als Wegbereiter für Social Media
- Auswirkungen auf die Unternehmenskultur und -kommunikation
- Gatekeeper 2.0: Digitale Meinungsführer und Multiplikatoren
- Digital Natives – die Mitarbeiter und Kunden in der nahen Zukunft
- Monetarisierungsmodelle sozialer Netzwerke
- Nutzung sozialer Medien für die werbliche Kommunikation

Twitter, Facebook & Co – Das Social-Media-Marketing-instrumentarium

- Welche Instrumente und Kanäle gibt es?
- Welche Kanäle sind sinnvoll für meine Organisation?
- Kommunikationsstrukturen und Mechanismen
- Inbound Marketing vs. Advertising
- „Netiquette“ & die Todsünden im Social Web
- Wie bewahre ich Authentizität als Organisation und wie weit geht die Transparenz?

Erfolgreiche Social-Media-Strategie in der Praxis

- Der Social-Media-Reifegrad Ihrer Organisation bzgl. Social Media
- Grundbestandteile einer Social-Media-Strategie
- Probieren und studieren
- Grundvoraussetzungen & Erfolgsfaktoren
- Budgetierung, Personalbedarf, Redaktionsplanung

Jeder im Unternehmen ist Social Media!

- Mitarbeiter in Social Media mit einbeziehen
- Mitarbeiter für Social Media Projekte gewinnen
- Personalisierte Accounts vs. Firmenaccounts
- Der PR Super GAU – wie funktioniert Krisenkommunikation in sozialen Medien?

Social Media Guidelines

- Was konkret drinstehen sollte
- Wie Guidelines bekannter Unternehmen aussehen
- Auf welche Vorlagen und Muster Sie aufbauen können
- Wie sich Guidelines in der unternehmerischen Praxis verwirklichen lassen

Daten in der Social-Media-Sphäre

- (Legale) Nutzung des Social-Media-Datenschatzes
- Social-Media-Apps als Trojaner im Profil?
- Was wissen wir über unsere Fans & Follower?
- Wie hoch ist der „Wert“ eines Fans?
- Die 18+ Business Cases von Social Media
- Social Media profitabel betreiben

Datenschutz und Datensicherheit im Social-Media-Bereich

- Welche grundlegenden Fragen sind zu beachten? (Chancen & Risiken)
- Auswirkungen in der Praxis
- Wie kann eine Betriebsvereinbarung zur IT-Nutzung helfen
- Ist eine besondere Betriebsvereinbarung für die Social-Media-Nutzung sinnvoll
- Beispiele sinnvoller Social Media Policies

17:30 Ende des ersten Seminartages

PROGRAMMABLAUF

2. TAG

09:00 Beginn des zweiten Seminartages

Wissen, was los ist: Social Media Monitoring

- Social Media Monitoring und seine Kernprozesse
- Datenerhebung, Datenaufbereitung, Analyse, Reporting
- Qualität der Tonalitätserkennung von Beiträgen und Kommentaren
- Überblick aktuelle Monitoringlösungen
- Tipps zur Auswahl der passenden Lösung
- Freie vs. kostenpflichtige Dienste
- Ausblick Web 3.0: Semantik & Ontologien

Praktische Übung

Social Monitoring live: Konfiguration eines „Social Media Newsrooms“

Measuring und Controlling

- KPIs
- Metriken
- Benchmarks

Die Social Media Balanced Scorecard

- Die Management Methodik der Balanced Scorecard
- Das Grundprinzip „Strategy into Action“

Praktische Übung

Social-Media-Strategie mit der Balanced Scorecard (SMBC)

- Erstellen einer Strategy Map
- Exemplarisches Erstellen einer Social Media Balanced Scorecard
- Implementierungstipps

17:00 Ende des zweiten Seminartages

Es werden zwei Kaffeepausen und eine Mittagspause pro Seminartag angeboten. Der Seminarleiter legt die Zeiten individuell, entsprechend dem Programmablauf fest.

Was Sie mit nach Hause nehmen

- Praxisbeispiele für Social-Media-Projekte aus Automotive und IT
- Betrachtung spezieller Fragestellungen für die Social-Media-Nutzung in der Finanzwirtschaft und der öffentlichen Verwaltung
- Sie lernen zahlreiche Best Practices aus dem deutschsprachigen Raum kennen
- Sie erhalten zahlreiche Muster und Templates für den sofortigen Einsatz in der Praxis
- Zugang zu ausgewählten Online-Ressourcen wie E-Books, Studien, Praxisratgeber
- Sie werden Teil unserer Community aus Social Media Professionals

Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

- Gewinnen Sie Sicherheit für Ihre Social-Media-Aktivitäten durch fundierte Praxisbeispiele
- Sie lernen zahlreiche Best Practices aus dem deutschsprachigen Raum kennen
- Erfahren Sie, welche Social-Media-Guidelines sich in der Unternehmenspraxis bewährt haben
- Sie erhalten zahlreiche Muster und Templates für den sofortigen Einsatz in der Praxis
- Sie steuern Social-Media-Kampagnen mit innovativen Tools aus der Social Media Balanced Scorecard

Seminarbeschreibung

Die Nutzung von Social-Media-Tools wächst rasant. Sowohl im B2C- als auch im B2B-Bereich sind soziale Netzwerke im Internet zu einem wichtige Markt- und Marketingfaktor geworden. Kunden und Geschäftspartner verfolgen die Präsenz von Unternehmen in sozialen Netzwerken und die Entwicklung einer wirkungsvollen Social-Media-Strategie ist wichtiger geworden.

Das neu entwickelte Seminar Corporate Social Media Strategien bietet an dieser Stelle Unterstützung und frische Ideen bei der Entwicklung und Umsetzung gezielter Social-Media-Aktivitäten. Der Hype um Social Media wird anhand zahlreicher Praxisbeispiele großer und mittlerer Unternehmen evaluiert und die wirtschaftlichen Potenziale der Entwicklung werden branchenbezogen diskutiert. Den Teilnehmern werden die erfolgskritischen Bestandteile für eine zielgerichtete Social-Media-Strategie vorgestellt und die Auswirkungen im Hinblick auf Mitarbeiter, Kunden und Datenschutzfragen werden aufgezeigt. Anhand von Best Practices der Vorreiter in der Social-Media-Nutzung wird für zahlreiche Branchen ein Weg zum businessgetriebenen Einsatz von Social-Media-Tools dargestellt und das Controlling mittels KPIs, Metriken und Benchmarks erörtert. Das neue Konzept einer Social Media Balanced Scorecard (SMBC) wird demonstriert und sein Nutzen für die Steuerung der Social-Media-Strategie wird durch Beispiele belegt.

Das Seminar vermittelt einen gründlichen Überblick zur Corporate-Social-Media-Strategie und verschafft Unternehmen mehr Sicherheit in der Planung und im Einsatz von Social Media. Zahlreiche Beispiele neuer Geschäftsmodelle und erprobte Instrumente, um betriebswirtschaftlichen Nutzen aus Social-Media-Aktivitäten zu messen, runden das Seminar ab.

Ihr Seminarleiter



Roland Fiege, MBA, Geschäftsführer, BI, METRICS & MEASUREMENT IN DER SOCIAL MEDIA-SPHÄRE

Roland Fiege (1969) ist freier Management Berater, Trainer & Dozent mit Schwerpunkt Social Media Strategieentwicklung & -implementierung. Nach einer kaufmännischen Ausbildung und einigen Semestern Wirtschaftswissenschaften Anfang der 90er ging Roland Fiege zunächst in die Praxis und war u.a. mehrere Jahre Mitglied der Geschäftsleitung eines international renommierten IT-Sicherheitsdienstleisters. Im Frühjahr 2010 vollendete er seinen MBA (Business Information Systems) an der Graduate School Rhein-Neckar und verfolgt seitdem die Forschungsschwerpunkte Strategy Maps und Social Media Balanced Scorecard (SMBC). Er engagiert sich u.a. in der Fokusgruppe Social Media Strategie des IfM der Universität St. Gallen; die Ergebnisse seiner Arbeiten fließen u.a. aktuell in ein Fachbuch für Praktiker, das im Frühjahr 2011 beim Vieweg+Teubner Verlag | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH erscheinen wird. Roland Fiege ist verheiratet und hat ein Kind. Er verbringt seine Freizeit neben der Familie gerne auf dem Rennrad in den Bergen Korsikas.

Seminar – firmenintern

Zu diesem Thema bieten wir auch firmeninterne, geschlossene Seminare an. Wir beraten Sie gerne und erstellen Ihnen ein individuelles Angebot.

Telefon +49 (0)69 / 63006 900

CORPORATE SOCIAL MEDIA STRATEGIEN

Neue Optionen für die Unternehmenskommunikation erkennen und nutzen

Köln
Stuttgart

01. und 02.02.2012
20. und 21.06.2012

DEUTSCHE
KONGRESS
AKADEMIE

Sparen Sie 200,-
Euro bei Anmeldung
bis zum 31.12.2011!*

Neue DEUTSCHE KONGRESS GmbH, Postfach 700212, 60552 Frankfurt am Main

„Das Seminar hat einen guten Überblick über die Social Media Möglichkeiten gegeben.“

S.Schütz, LBBW – Landesbank Baden-Württemberg

„Schafft einen guten Überblick und ist 100% praxisbezogen.“

G. Safina-Wright, Hylsama – Hygiene Sales + Marketing GmbH

INTERNET-PDF

Fax-Anmeldung +49 (0)69 / 63006-969

So melden Sie sich an

Bitte einfach das Anmeldeformular ausfüllen und per Fax oder Post zurücksenden oder melden Sie sich online unter www.deutsche-kongress.de/socialmedia an. Sie erhalten schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung.

Ja, ich melde mich zum Seminar **Corporate Social Media Strategien** an. Die Teilnahmegebühr beträgt € 995,-.

- Köln 01. und 02.02.2012
 Stuttgart 20. und 21.06.2012

Bei Anmeldung bis zum 31.12.2011 erhalten Sie einen Rabatt von € 200,-*

Bitte informieren Sie mich über das firmeninterne Seminar **Corporate Social Media Strategien**

Code, falls vorhanden
Name, Vorname
Abteilung, Funktion
Firma
Straße, Postfach
PLZ, Ort
Telefon, Fax
E-Mail

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist: Sie erhalten schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

Die Neue DEUTSCHE KONGRESS GmbH darf mich über Angebote von sich und Verbundsunternehmen zu Werbezwecken informieren.

Zusendung per E-Mail Ja Nein Zusendung per Fax Ja Nein

Datum, Unterschrift

Rechnung an

Name, Vorname
Abteilung

Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen

<10 10-49 50-99 100-499 500-999 >1000

Für Sie nicht interessant?

Dann leiten Sie die Broschüre einfach weiter – Dankel!

Anmeldebedingungen

Die Teilnahmegebühr für das Seminar **Corporate Social Media Strategien** beträgt inklusive Mittagessen, Kaffeepausen, Erfrischungsgetränken und den Seminarunterlagen € 995,-. Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bis 4 Wochen vor dem Veranstaltungstermin können Anmeldungen storniert werden. Für die Stornierung stellt die Neue DEUTSCHE KONGRESS GmbH eine Bearbeitungsgebühr von € 150,- zzgl. gesetzl. MwSt. in Rechnung. Bei Stornierung der Anmeldung zu einem späteren Zeitpunkt oder bei Nichterscheinen berechnen wir die gesamte Teilnehmergebühr. Die Stornierung ist schriftlich vorzunehmen. Die Vertretung eines angemeldeten Teilnehmers ist selbstverständlich möglich. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Gruppentarife*

Wir gewähren Rabatte für Sammelanmeldungen einer Firma:

2 Personen 10% auf alle Anmeldungen

3 Personen 15% auf alle Anmeldungen

4 Personen 20% auf alle Anmeldungen

ab 5 Personen 25% auf alle Anmeldungen

WICHTIG: Die Anmeldungen müssen zur gleichen Zeit bei uns eintreffen.

*BITTE BEACHTEN SIE:

Eine Gewährung von mehreren Rabatten ist nicht möglich.

So melden Sie sich an

Per Telefon
+49 (0)69 / 63006-900

Per Telefax
+49 (0)69 / 63006-969

Per Post
Neue DEUTSCHE
KONGRESS GmbH,
Postfach 700212,
D-60552 Frankfurt/Main

Per E-Mail
anmeldung@deutsche-kongress.de

Datenschutz

Hinweis nach § 28 Abs. 4 BDSG: Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke jederzeit widersprechen, wenn Sie in Zukunft von uns keine Informationen mehr erhalten möchten.

Veranstaltungsort und Termin

Köln 01. und 02.02.2012
Maritim Hotel Köln
Heumarkt 20, D-50667 Köln
Telefon +49 (0)221 / 20270, Telefax +49 (0)221 / 2027826
E-Mail info.kol@maritim.de
Einzelzimmer € 155,66 inkl. Frühstück (Rate abrufbar bis 04.01.2012)

Stuttgart 20. und 21.06.2012
(Infos folgen mit der Anmeldebestätigung)

Um diese exklusive Rate zu erhalten, geben Sie bitte bei der Buchung Ihres Hotelzimmers das Stichwort „DEUTSCHE KONGRESS“ an.

408_SOCIAL_MEDIA_SEMI_2012