

Social Media-Strategien für Unternehmen

10.– 11.02. 2011

Seminarziel

Kaum ein Tag vergeht, in dem Social Media nicht die Schlagzeilen klassischer Medien erobern. Vor allem große Unternehmen, zunehmend aber auch junge Unternehmen, sind auf Facebook, Twitter oder in Blogs unterwegs. Wann ist das Engagement in Social Media sinnvoll? Was bringt es Ihrem Unternehmen? Welche Strategie sollten Sie verfolgen? Diese Fragen klärt das Seminar „Social Media-Strategien für Unternehmen“. Es bietet einen Einblick in die wichtigsten Fragen beim Einsatz von Social Media. Dazu haben sich das Deutsche Institut für Public Relations (DIPR) sowie der Socialmedia Campus zusammengeschlossen, um Teilnehmern ihre Erfahrungen und Kenntnisse anzubieten.

Inhalte

- Web 2.0 – Was ist neu, was hat sich verändert?
- Soziale Netzwerke – Ein Fallbeispiel
- Facebook: Wie können wir das nutzen?
- Marketing-Strategie im Zeitalter von Social Media
- Twitter für Unternehmen
- Zuhören! Was man aus Monitoring lernen kann
- Krisen in Social Media – und wie man sie bewältigt
- Das Bohren dicker Bretter – Die Einführung von Social Media in Unternehmen
- Social Media in Unternehmen – Eine Frage der Organisation
- Um die Besten werben: Recruiting durch Social Media
- Word of Mouth – Zukunft der Kommunikation?

Teilnehmer

Das Seminar richtet sich an Geschäftsführer, Kommunikations- und Marketing-Verantwortliche, Manager für Social Media, Pressesprecher und PR-Mitarbeiter, die den Einstieg in Social Media planen oder erste Erfahrungen gesammelt haben.

Programm

Donnerstag, 10. Februar 2011			
Bis 12.00	Anreise		
	Anschließend Lunch als Stehimbiss		
13.00	Begrüßung und Einführung	Martin Schleinhege Socialmedia Campus	Seminarraum „Airport 5“
13.15 bis 13.30	Das kenne ich schon, aber dies würde mich interessieren Ihre Erwartungen	Martin Schleinhege	
13.30 bis 14.30	Web 2.0: Was ist neu, was hat sich verändert? Einführung und Grundlagen		
14.40 bis 15.20	Marketing-Strategie im Zeitalter von Social Media Sollen wir mit Kunden jetzt nur noch chatten?	Christian Schims	
15.20	Kaffeepause		
16.00 bis 16.30	Soziale Netzwerke – Ein Fallbeispiel Wie bilden sie sich? Wie agieren sie? Wie gewinne ich Fans und wie baue ich Communities auf?	Alexander Springensguth	Seminarraum „Airport 5“
16.30 bis 17.15	Facebook: Wie können wir das nutzen? Wie plant man seinen Auftritt? Wann ist die Nutzung von Facebook sinnvoll? Viralität von Facebook		
17.15	Pause		

17.30 bis 18.30	Twitter für Unternehmen Wer sollte twittern? Und wer nicht? Konto und Benutzername Wie Sie Nachrichten verfassen Von Retweet bis Hashtag: kein Buch mit sieben Siegeln Wie Sie (die richtigen) Follower gewinnen Twitter im Unternehmen: Wem gehört Twitter? Auf allen Kanälen: Wie und was genau Sie twittern sollten	Christian Schims	Seminarraum „Airport 5“
18.30	Abendessen		
19.45	Kamingespräch Diskussion mit den Referenten	Martin Schleinhege Alexander Springensguth Christian Schims Robindro Ullah	Seminarraum “Gate 1“
21.00	Ende 1. Seminartag		
Freitag, 11. Februar 2011			
09.00 bis 10.00	Zuhören! Was man durch Monitoring lernen kann Was Kunden über Unternehmen sagen Wer spricht positiv über Sie, wer äußert sich negativ? Krisenpotenzial rechtzeitig erkennen	Raphael el Saheli	Seminarraum „Airport 5“
10.10 bis 11.00	Krisen in Social Media – und wie man sie bewältigt	Martin Schleinhege	
11.00	Kaffeepause		

11.30 bis 12.00	Das Bohren dicker Bretter Die Einführung von Social Media in Unternehmen	Gundula Pabst	Seminarraum „Airport 5“
12.00 bis 13.00	Social Media in Unternehmen Eine Frage der Organisation		
13.00	Mittagspause		
14.15 bis 15.15	Um die Besten werben: Recruiting durch Social Media?	Robindro Ullah	Seminarraum „Airport 5“
15.20 bis 16.20	Ausblick: Word of Mouth - Zukunft der Kommunikation? Vernetzung im Web 3.0 Mobile Age Semantic Web	Torsten Panzer	
16.30	Wie war´s? Ihre Meinung zum Workshop	Stephan Abele Martin Schleinhege	
17.00	Ende des Seminars		

Stand: 22-12-2010

Veranstaltungsort

Das Seminar findet im Radisson Blu Hotel, Hamburg Airport, statt. Das First Class Hotel bietet direkten Zugang zu den Terminals 1 und 2 und der Airport Plaza des Hamburger Flughafens. Die Terminals sind lediglich 100 Meter entfernt. Zur Hamburger Innenstadt sind es nur 9 Kilometer vom Flughafen. Im gesamten Hotel ist für Hotel- und Tagungsgäste der Breitband Internetzugang über W-LAN oder Kabel im Preis inkludiert.

Wir haben ein Zimmerkontingent für Sie reserviert: Standardzimmer (25m²) für 148 Euro inklusive Frühstück. Bitte buchen Sie Ihr Zimmer individuell unter Angabe des Stichwortes „Social Media DIPR“ bis zum 13. Januar 2010.

Seminargebühr

Die Seminargebühr beträgt 780 Euro (umsatzsteuerfrei). Darin eingeschlossen ist die Tagungspauschale mit zwei Mittagessen, einem Abendessen, Snacks und Getränken während des Seminars. Parkgebühren tragen die Teilnehmer selbst.

Referenten

Alle Referenten kommen aus der Praxis. Sie verfügen über detaillierte Erfahrungen mit Social Media sowie über Erkenntnisse zu den wirtschaftlichen Aspekten dieser Kommunikationsdisziplin.

Martin Schleinhege

Geschäftsführer Clever and Smart Public Relations

Martin Schleinhege war nach seinem Studium als Redakteur bei der Tageszeitung "Westfälische Nachrichten" (Münster) tätig. Im Jahr 2000 wechselte er als Vorstandsreferent und Leiter Unternehmenskommunikation / Pressesprecher zur SinnLeffers AG, Hagen. Von 2003 bis 2008 war er Leiter Kommunikation der Arcandor AG, Essen sowie Sprecher der Karstadt Warenhaus GmbH. Danach leitete Martin Schleinhege die Unternehmenskommunikation des Otto-Versands in Hamburg. Heute ist er Inhaber und Geschäftsführer von Clever and Smart Public Relations mit dem Schwerpunkten Social Media für Unternehmen und klassische PR.

Christian Schims

Selbstständiger Medienberater sowie Inhaber der Agentur für Public Relations und Online-Marketing concept S media

Christian Schims absolvierte nach dem Journalistik-Studium ein Volontariat bei der „Neue Ruhr Zeitung“. Seit mehr als 20 Jahren ist er Redakteur und engagiert sich in internationalen Datennetzen. Sein Hauptinteresse gilt der Nutzung von Computern für neue Formen der Kommunikation. 1984 war er an der Einführung des BBS-Network FidoNet in Deutschland beteiligt. 1986 war er verantwortlich für die Entwicklung eines PC-basierten Redaktionssystems. Schims war Early Adopter von Btx, CompuServe, AOL und schließlich des World Wide Web. Gleichzeitig war er stellvertretender Chefredakteur einer großen Tageszeitung. In der Redaktion war er unter anderem verantwortlich für Konzeption und Inhalt eines der bis heute größten regionalen Internet-Portale.

Torsten Panzer:

Co-Founder und Managing Director von Buzzer

Nach dem Studium der Geschichte, Philosophie und Volkswirtschaftslehre absolvierte Torsten Panzer zunächst ein Volontariat bei einer PR-Agentur. Nach Zwischenstationen bei der Stadtparkasse Köln (Interne Kommunikation), RTL (Programmpresse PR) und dem Kölner Gerling Konzern (PR), ging er als Pressesprecher und Leiter Marketing-Kommunikation zur Kölner denkwerk-Gruppe. 2001 gründete er in Hamburg die ad publica Public Relations GmbH als PR-Tochter einer auf integrierte Kommunikation ausgerichteten Agentur-Gruppe. Seit 2009 ist Torsten Panzer bei Buzzer tätig.

Alexander Springensguth,

Leiter der PR-Agentur Cyrano Kommunikation GmbH, Münster

Nach einer zweijährigen Tätigkeit in der Online-Redaktion bei den Westfälischen Nachrichten in Münster wechselte Alexander Springensguth zur PR-Agentur Cyrano Kommunikation GmbH. Das Unternehmen übernimmt Aufgaben sowohl in der klassischen PR als auch im Bereich Neue Medien. Alexander Springensguth konzipiert und betreut mit seinem Team Facebook- und Twitter-Accounts, YouTube-Channels und XING-Gruppen. Privat betreibt er das Portal deutschland-antwortet.de, mit dem er regelmäßig neue Features testet.

Gundula Pabst

Projektmanager Social Media, Ranstad GmbH & Co KG

Nach dem abgeschlossenen Studium in Soziologie, Wirtschaftspsychologie und Pädagogik arbeitete Gundula Pabst zunächst dreieinhalb Jahre in der Vertriebsorganisation der Ranstad GmbH. 2005 wechselte sie in die Abteilung Human Resources als Trainerin für interne Trainings. Vor drei Jahren begann Gundula Pabst als Management-Trainee bei der Geschäftsführung. Von dort führte sie der Weg zur Unternehmenskommunikation, wo sie die interne Kommunikation betreute. Pabst war mitverantwortlich für den Aufbau eines neuen Mitarbeiterportals und die ersten Unternehmensschritte im Bereich Web 2.0 und Social Media. Seit 2010 ist Gundula Pabst als Projektmanagerin ausschließlich im Bereich Social Media tätig.

Robindro Ullah

Leiter ZusatzServices DB, DB Services Nordost GmbH

Nach dem Abschluss des Wirtschaftsmathematikstudiums stieg Robindro Ullah als Trainee im Fernverkehr bei der Deutschen Bahn in Frankfurt ein. Nach 2 Jahren Revenue Management wechselte er in den Personalbereich, wo er ab 2007 die Verantwortung für das Hochschulmarketing der Deutschen Bahn übernahm. Robindro Ullah spezialisierte sich auf Social Media, insbesondere auf Twitter und auf Anwendungen im Employer Branding. Seit Anfang 2010 leitet er die Abteilung Zusatzservices bei der DB Services Nordost GmbH.