

# Social Media Marketing

## Wie Sie Social Media optimal für Marketing, Werbung und Kommunikation nutzen

- **Kommunikationsmodell 2.0:**  
Erfahren Sie mehr über die neuesten Trends und Entwicklungen
- **Blog/s, Wikis, Communities, Twitter etc.:**  
Nutzen Sie die richtigen Social Media-Instrumente
- **Monetarisierungstechniken**  
Realisieren Sie Kosteneinsparungen und steigern Sie Ihren Umsatz
- **Der moderne Kommunikationsmix:**  
Entwickeln Sie die optimale Social Media Strategie für Ihr Unternehmen
- **Social Media ROI:**  
Messen Sie den Erfolg Ihrer Social Media Kampagnen



### Ihre Referenten:



**Martin Meyer-Gossner**  
Gründer & Web Business  
Strategie



**Ralf Wildung**  
Mazda Motor  
Corporation



**Stefan Wörnle**  
Wunderman GmbH

## Erster Seminartag

### Ihr Seminarleiter:

#### Martin Meyer-Gossner

Gründer & Web Business Strategie

<http://www.thestrategyweb.com>, München

### Eröffnung und Begrüßung durch den Seminarleiter:

- Vorstellung des Programms
- Abgleich der Erwartungen

### Kommunikationsmodell 2.0 – Das Social Web

- Wie sich das Sprecher-Sender-Modell verändert
- Von 1-N zu N-N Kommunikation
- Zielgruppen im Feedback-Web 2.0
- Soziale oder Social Media Revolution?

### Konsumentenverhalten im Wandel

- Die Generationen sind sich uneinig
- Der Prosumer – User Generated Content
- Die Dynamik von Social Media
- Teilen lernen und profitieren
- Trial & Error – die Optimierungstaktik

### Erlösmodelle im Social Web

- Der User als zahlender Servicenehmer
- Premium Service
- Diverse Werbeformate
- Weitere Erlösmodelle

### Instrumente des Social Media Marketing

- Die Unternehmenswebseite
- Blog/s
- Microblogs (Twitter & Co.)
- Wikis
- Communities
- Social Bookmarking
- Audi-Visuelle Plattformen
- Social News
- Widgets

### Praxisbeispiel:

#### Social Media in der Automobilindustrie – Einbindung von Social Media in die Unternehmensstrategie

- Von der Unternehmens- über Marken- und Marktstrategie zu Kommunikationszielen und -aktivitäten
- Bestimmung der Zielgruppen sowie ihrer Kommunikations- und Interaktionspräferenzen; generell und in Social Media
- Definition der Social Media-Verantwortlichkeiten in Zieldefinition sowie Maßnahmenplanung und -kontrolle
- Social Media-Aktivitäten von Fangruppen, Kundenklubs und/oder Ablehnern sowie deren Einbindung

- in eine übergreifende Markenkommunikationsstrategie sowie firmeninitiierte Social Media-Aktivitäten
- Voraussetzungen für sinnvollen und kontinuierlichen Einsatz von Social Media in (multinationalem) Unternehmen
- Mazda in der Social Media World – heute und morgen

### Ralf Wildung,

Senior Manager Global Brand Strategy,  
Mazda Motor Corporation, Oberursel

### Veränderungen für Unternehmen – Chancen, Risiken und notwendige Anpassungen

- Social Policies - Umgang mit den Mitarbeitern
- Social Content - Umgang mit Inhalten
- Social Commerce - E-Commerce am Scheideweg?
- Social Profit – Einsparpotenzial für Unternehmen

Gelegenheit für Fragen

## Zweiter Seminartag

### Facebook: Der Standard im Community Building?

- Entwicklung einer Community-Strategie
- Arten von Communities
- Theorie des Community Building
- Die Facebook Fan Page
- Facebook Apps
- Facebook Neuerungen

### Workshop Webstrategie:

#### Ansätze für Community Überlegungen

### Zusammenspiel mit klassischen Instrumenten

- Wie sich das Social Web auf das Marketing auswirkt

### Social Media und Marketing

- Der moderne Kommunikationsmix 2.0
- Der kombinierte Einsatz von Social Media und klassischen Marketingtools
- Social Media ist keine Werbung im klassischen Kampagnenformat!
- Über die Bereitschaft der Nachhaltigkeit – Budget und Ressourcen

### Social Media und seine Mitspieler

- Die Marke in der Kommunikation 2.0
  - Markenanalyse
  - Markenverständnis
  - Markenführung

### Social Media und Kundenservice

- Der Kunde steht im Mittelpunkt
- Der Kunde spricht
- Produktion ist Dienstleistung

## Praxisbeispiel:

### Social Media in der IT-Industrie

#### Einbindung von Social Media in die BtoB-Unternehmensstrategie von Microsoft

- Ganzheitliches Setup aus owned, bought & earned media
- Aufbau und Betreuung von Communities
- Integration von Social Networks, Youtube & Twitter
- Distributed Publishing
- Social Media Monitoring
- Learnings

#### Stefan Wörnle,

Senior Strategic Planner, Wunderman GmbH, München

### Social Media-Marktforschung

- Befragungen im Social Web
- Erkenntnisse aus dem Social Web
- Unmittelbarer Einblick in die Praxis

### Social Media und Suchmaschinen

- Wie sich Social Media auf den Traffic auswirkt
- Wie Social Media den Rank beeinflusst

### Social Media ROI

- Kennzahlen im Social Media Marketing
- Kleine Helferlein: Software-Tools

### Kosten von Social Media-Kampagnen

- Betrachtung relevanter Kosten

### Fallbeispiele: Integriertes Online Marketing

- Crowdsourcing ist die Basis des Wettbewerbsvorteils – der Kunde hilft...
- Social Media Newsroom – Aggregierte Kommunikation
- Lead Generierung mit Social Media?
- Twitter CRM – Upsale mit Twitter?

Gelegenheit für Fragen

#### Zeitlicher Ablauf erster Seminartag

- 9.00** Seminarbeginn  
**ca. 13.00** Gemeinsames Mittagessen  
**ca. 17.30** Ende des ersten Seminartages

*Die Kommunikations- und Kaffeepausen werden im Verlauf des Seminars festgelegt.*

**Sektempfang:** Zum Abschluss des ersten Seminartages lädt Sie Management Forum Starnberg herzlich ein zum Dialog mit den Referenten und Teilnehmern – eine Gelegenheit für Erfahrungsaustausch und Kontakte am Rande der Veranstaltung.

#### Zeitlicher Ablauf zweiter Seminartag

- 9.00** Seminarbeginn  
**ca. 13.00** Gemeinsames Mittagessen  
**ca. 16.30** Ende des Seminars

*Die Kommunikations- und Kaffeepausen werden im Verlauf des Seminars festgelegt.*

## Die Referenten



#### Martin Meyer-Gossner

ist Sales- und Marketing Experte und seit über einem Jahrzehnt in der Webberatung von Unternehmen tätig. Mit seinem aus dem Social Web entstandenen Brand „The Strategy Web“ hilft er Business-Entscheidern das Verständnis für eine moderne Businessstrategie zu erfassen und umzusetzen. Der Mitbegründer des B2B IT-Entscheiderportals silicon.de teilt in dieser Seminar-Reihe sein Web Businesswissen, diskutiert die neuesten Studienerkenntnisse und liefert gute sowie verbesserungswürdige Fallbeispiele von Unternehmen aus verschiedenen Branchen.



#### Ralf Wildung

ist Senior Manager Global Brand Strategy bei der Mazda Motor Corporation in Hiroshima und Oberursel. Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre in Karlsruhe hielt verschiedenen Positionen in der Marktforschung bei Research International und Inra Deutschland und der Marken- sowie Unternehmensberatung bei Mobile in Mobile und McKinsey & Company. Sein beruflicher Schwerpunkt bei Mazda ist die globale Implementierung eines Markenwertentwicklungsprozesses mit einer Marken-Scorecard als zentrales Managementtool, um sämtliche Markenaktivitäten fokussiert und stringent aus der Unternehmens- und Markenstrategie abzuleiten. Integrale Bestandteile dieser Aufgabe sind zudem Unterstützung lokaler Team bei der Erarbeitung von Marketingplänen, Einführung Verfahren zur Ermittlung von ROBI (Return on Brand Investment) sowie Anpassung der Marktforschungs- und Markenanalysekompetenz von Mazda.



#### Stefan Wörnle

ist Senior Strategic Planner der Werbeagentur Wunderman GmbH in München. Die Schwerpunkte seiner Arbeit sind CRM-Systeme, Online-Marketing & Social Media, im BtoB und BtoC. Nach dem Studium der Kommunikationswissenschaft, Markt- und Werbepsychologie in München und Austin, Texas war er Leiter der strategischen Planung bei Graffiti und bei Connect 21 (Grey) und Geschäftsleitungsmitglied für strategische Planung bei maxzwo. Der langjährige Fachdozent der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing des Handelsblatt der Media Design Hochschule München und des DDV ist Autor diverser Fachartikel. Stefan Wörnle erhielt vielfache Auszeichnungen, hierunter einige Deutsche Dialogmarketing-Preise.

### Ihr Ansprechpartner



*„Ihre Fragen zur Veranstaltung beantworte ich gerne!“*

Helmut Hohberger  
Konferenz-Manager

Telefon: 08151/2719-42


E-Mail: [helmut.hohberger@management-forum.de](mailto:helmut.hohberger@management-forum.de)


## Zielgruppe


Diese Veranstaltung richtet sich an Geschäftsführer und Vorstände sowie an Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Marketing/Vertrieb, Werbung, Multimedia, Online Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, PR, Unternehmenskommunikation und IT. Sind Sie als Berater in diesem Bereich tätig, so sind Sie ebenfalls herzlich zu unserem Praxisseminar eingeladen.


## Anmeldung

So melden Sie sich an:

 per Telefon:  
08151/27 19-0

 per Telefax:  
08151/27 19-19

 per E-Mail:  
info@management-  
forum.de

 per Internet:  
www.management-  
forum-starnberg.de

 Management Forum Starnberg GmbH  
Maximilianstraße 2b · D-82319 Starnberg

## Teilnahmegebühr

Die Gebühr für das zweitägige Seminar beträgt € 1.795,- zzgl. 19% MwSt. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an der Veranstaltung teilnehmen, gewähren wir **ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass**. Die Teilnahmegebühr enthält Getränke, Kaffeepausen, Mittagessen sowie ausführliche Arbeitsunterlagen. Jede Anmeldung wird von Management Forum Starnberg schriftlich bestätigt. Nach Anmeldung erhalten Sie die Rechnung. Die Veranstaltungsteilnahme setzt Rechnungsausgleich voraus. Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie unsere Teilnahmebedingungen an. Programmänderungen behalten wir uns vor.

## Rücktritt

Bei Stornierung bis spätestens zwei Wochen vor dem jeweiligen Veranstaltungstermin, schriftlich bei Management Forum Starnberg eingehend, wird eine Bearbeitungsgebühr von € 55,- zzgl. MwSt. pro Teilnehmer berechnet. Bei späteren Absagen bzw. bei Nichterscheinen zum Seminar ist die volle Teilnahmegebühr zu bezahlen. Ein Ersatzteilnehmer kann selbstverständlich benannt werden.

## Registrierung

Der Seminar-Counter ist ab 8.00 Uhr zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Teilnahme gelten Namensplaketten, die vor Beginn zusammen mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.

## Termin und Ort

### 5. und 6. Juli 2010 in München

Sheraton München Westpark · Garmischer Straße 2 · 80339 München  
Telefon: 089/5196-750 · Telefax: 089/5196-801 · E-Mail: westpark@sheraton.com  
Internet: www.sheraton.com/westpark · Zimmerpreis: € 146,- inkl. Frühstück

### 6. und 7. September 2010 in Frankfurt/M.

Tryp Hotel Frankfurt · Katharinenkreisel (Opelrondell) · 60486 Frankfurt/M.  
Telefon: 069/70730-0 · Telefax: 069/70730-333  
E-Mail: tryp.frankfurt@solmelia.com · Zimmerpreis: € 115,- inkl. Frühstück

## Zimmerreservierung

Für dieses Seminar steht im Seminarhotel ein begrenztes Zimmerkontingent zu besonderen Konditionen zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter Berufung auf Management Forum Starnberg GmbH vor.

## Management Forum Starnberg

Als Veranstalter von Fachkonferenzen und -seminaren für Führungskräfte steht Management Forum Starnberg für

- professionelle Planung, Organisation und Durchführung
- aktuelle Themen und sorgfältig recherchierte Inhalte
- Zusammenarbeit mit namhaften Referenten
- viel Raum für informative Diskussionen und interessante Kontakte

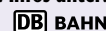
## Inhouse-Schulungen

Zu diesen und vielen weiteren Themen bieten wir individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Inhouse-Schulungen an. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir unterbreiten Ihnen gern ein unverbindliches, auf Ihre Wünsche zugeschnittenes Angebot. Ihr Ansprechpartner: Peter Bartl, Tel.: 08151/2719-0, peter.bartl@management-forum.de

## Datenschutzhinweis

Die Management Forum Starnberg GmbH verwendet die im Rahmen der Anmeldung erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen per Post Informationen über weitere Angebote zu schicken. Wir informieren unsere Kunden außerdem telefonisch, per E-Mail oder Fax über für Sie interessante Weiterbildungsangebote, die den von Ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Forum Starnberg, Maximilianstraße 2b, 82319 Starnberg, unter info@management-forum.de, oder telefonisch unter 08151-27190 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

Mit der Deutschen Bahn ab € 109,- zum Seminar von  
Management Forum Starnberg und zurück. Infos unter:  
[www.management-forum.de/bahn](http://www.management-forum.de/bahn)



## Anmeldung unter Fax 0 81 51/27 19-19 oder [www.management-forum.de/socialmedia](http://www.management-forum.de/socialmedia)

Bitte Coupon fotokopieren oder ausschneiden und im Briefumschlag oder per Fax an: Management Forum Starnberg GmbH, Maximilianstraße 2b, D-82319 Starnberg

Ja, hiermit melde ich mich an für das Seminar  
**Social Media Marketing**

- am 5. und 6. Juli 2010 in München  
 am 6. und 7. September 2010 in Frankfurt/M.

**Management Forum  
Starnberg GmbH  
Frau Nina Floßmann  
Maximilianstraße 2b  
D-82319 Starnberg**

1. Name	2. Name
Vorname	Vorname
Position	Position
Abteilung	Abteilung
Firma	
Straße/PF	PLZ / Ort
Telefon	*Telefax
*E-Mail	
Branche	Beschäftigtenzahl: ca.
Datum	Unterschrift

X 4988 / 4989

## Unsere Prospekte einfach und direkt auf Ihr Fax!

Nutzen Sie die Möglichkeit, zukünftig auch per Fax über Veranstaltungen von Management Forum Starnberg informiert zu werden!

**Antworten Sie per Fax: 08151/2719-19**

**Ja, ich bin damit einverstanden, dass Sie mich zukünftig auch per Fax über Ihre Veranstaltungen informieren**

Name \_\_\_\_\_

Vorname \_\_\_\_\_

Position \_\_\_\_\_

Abteilung \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Straße/PF \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

Telefax \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Branche \_\_\_\_\_

Beschäftigtenzahl: ca. \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_

Verbindliche Unterschrift \_\_\_\_\_