

AKTUELLE PRESSEINFORMATION

Social Media: Kommunikation ohne Maulkorb

2. Social Media Kongress: Das Leitmedium des 21. Jahrhunderts
30. und 31. August 2011
Radisson Blu Hotel Frankfurt
Programm: www.managementforum.com/social-media

Frankfurt am Main, 13. Juli 2011. Facebook legt weiter zu: Fast 20 Mio. Nutzer sind allein in Deutschland bei der Online-Plattform registriert (Stand Juni 2011). Parallel sinkt das Interesse an traditionellen Webinhalten. Auf dem 2. Social Media-Kongress am 30. und 31. August in Frankfurt verraten Marketing-Strategen, wie Unternehmen souverän mit dem Kunden interagieren. „Social Media funktioniert nur ohne Maulkorb. Authentische Kommunikation ist nur dann möglich, wenn Mitarbeiter weder kontrolliert noch zensiert werden“, mahnt Marike Paulsen, Online Marketing Manager bei FRoSTA. Das vollständige Programm zum Kongress steht zum Download bereit unter: www.managementforum.com/social-media

Kritische Stimmen zulassen

FRoSTA, Hersteller von Tiefkühlkost, gibt im Social Marketing die Benchmark vor. Inzwischen kennen 86% der Deutschen die Marke – eine Erfolgsstory, die nicht zuletzt dem lebendigen Kundendialog über den FRoSTA Blog geschuldet ist. „Wer mit Social Media erfolgreich sein will, muss auch mit Kritik offen umgehen. Nur so bleibt man nachhaltig glaubwürdig“, verrät Paulsen im Vorfeld des Management Forum-Kongresses. Auf der Veranstaltung wird sie gängige Ängste beschwichtigen, die Marketing-Entscheider bei dem Thema Social Media plagen. Der Kongress trifft den Nerv der Zeit, denn deutsche Unternehmen nehmen die Social Media-Plattformen ins Visier. Eine Untersuchung der dpa-Tochter news aktuell legt offen, dass 79% der Firmen ihre Web 2.0-Aktivitäten in den nächsten Monaten ausweiten möchten. Um die Marschrichtung vorzugeben, präsentiert Stephan Fink (Fink & Fuchs Public Relations AG) auf der Konferenz die bestimmenden Trends für das kommende Jahr. Dabei stellt er die Ergebnisse seiner Studie „Social Media Governance 2011“ vor, die Ende August erscheinen wird. Gegen den Trend wagt es Frank Horn, Marketing Director International Digital bei Henkel, „das Comeback der Homepage“ anzukündigen, aus seiner Sicht das Fundament des Social Marketing.

Erfolgsrezepte für den Dialog im Netz

Wie Unternehmen das Web 2.0 zu ihrem Vorteil nutzen, zeigen die Erfolgsrezepte von Social Media-Profis wie Conrad Caine. Der Preisträger des intermedia globe und des Delfin aus Cannes erklärt in seinem Vortrag, „warum ich niemals einen Social Media-Experten anheuern würde“. Stattdessen plädiert er dafür, die Medienkompetenz der eigenen Mitarbeiter aufzubauen. Dabei gilt es, Stolpersteine zu umgehen, wie zum Beispiel Einträge in Plattformen gezielt zu manipulieren. Auf die größten Fehler im Social Web weist Dirk Ploss (Cubic Consulting) hin.

AKTUELLE PRESSEINFORMATION

Impulse für das B2B-Geschäft

Best Practice liefert Andreas Bock, Leiter Social Media bei der Telekom Deutschland GmbH. Bock gibt seine Erfahrungen mit der Facebook-Seite „Telekom hilft“ weiter. Das Beispiel veranschaulicht, wie Kunden-Service als offener Austausch im Netz funktionieren kann. Außerdem enthüllt Thomas Mickleit die Social Media-Strategie von Microsoft Deutschland. Dass soziale Medien auch im B2B-Umfeld funktionieren, beweist Charles Schmidt von der KRONES AG. Sein Kommunikationskonzept brachte den Maschinenbauer innerhalb weniger Wochen in die Top Ten der dialogstärksten MDAX-Unternehmen.

Als Auftakt rüsten sich die Kongress-Teilnehmer in einem Workshop für die Praxis. Am 29. August zeigt der Facebook-Experte Curt Simon Harlinghausen, wie sich Unternehmen auf Facebook positionieren und Kunden zu Botschaftern machen.

Pressekontakt

Annabel Augstein
Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Eschersheimer Landstraße 50
D-60322 Frankfurt am Main
Telefon +49 (0) 69/2424-4773
augstein@managementforum.com, www.managementforum.com

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH ist einer der führenden Anbieter von Veranstaltungen für den Handel und die Konsumgüterindustrie. Gesellschafter sind der Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt und des Handelsverband Deutschland e.V. (HDE). Das Motto von Management Forum ist "Excellence in Business Information" und steht für Top-Informationen, exzellentes Fachwissen und Networking-Möglichkeiten für Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistung. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern und Partnern garantieren die Events von Management Forum aktuelle Branchennews und Fachinformationen aus erster Hand. Die rund 30 jährlichen Kongresse gelten als die führenden Events ihrer Branche.

Social Media Links

<https://www.facebook.com/socialmediakongress>
www.twitter.com/social-kongress