

## Social Media Day 2011 | Programm | 29. Juni 2011

### 9:00 Login – Einlass & Begrüßung

**9:15** Social Media - mehr als nur fröhlich zwitschern

*Use und Business Cases für unterschiedliche Unternehmensbereiche und Branchen*

*Chancen, Risiken und Nutzen von Social Media - Best Practices*

*Prof. Dr. Peter Gentsch & Team*

**10:00** Daimler - Blog: ein Unternehmen bekommt ein Gesicht

*Uwe Knaus, Manager des Daimler-Blogs*

### 10:45 Kaffeepause

**11:00** Social Media mit Mehrwert für das B2B-Geschäft am Beispiel der Krones AG

*Charles Schmidt, Corporate Social Media Officer der Krones AG*

**11:45** Die Social Media Management-Erformel „Zuhören – Verstehen – Interagieren“

*Daniel Backhaus, Social Media Management, DB Vertrieb GmbH - Deutsche Bahn*

### 12:30-14:00 Mittagspause

**14:00** Workshop I

HR meets Social Media

*Mit Web 2.0 zum*

*erfolgreichen Employee*

*Branding und*

*'Recruitment*

Workshop II

Customer-Service im Web 2.0

*Fragen und Beschwerden*

*im Social Web managen -*

*Integration von Social Web*

*in das CRM*

Workshop III

Brands go social –

Markenmanagement

*im Web 2.0*

*Wie Sie mit Blogs,*

*Twitter, Facebook & Co*

*Ihre Markenbekanntheit*

*steigern*

Workshop IV

Get started on Facebook

*Tipps und Tricks für einen*

*wirkungsvollen*

*Facebook-Auftritt*

### 15:30 Kaffeepause

**16:00** Ergattern Sie die Pole Position!

*Social Media Optimization (SMO): Wie Sie die Sichtbarkeit und Auffindbarkeit Ihrer Marke und Produkte im*

*Internet systematisch erhöhen*

*Prof. Dr. Ralf Härting, Studiendekan und Professor für Wirtschaftsinformatik im Studiengang KMU*

**16:45** Social Media Management – How to do it

*Vorgehensmodell, Erfolgsfaktoren und Stolpersteine*

**17:15-** Podiumsdiskussion: Social Media – Quo Vadis?

**18:00** *Wie das Web 2.0 Unternehmensprozesse und Märkte verändern wird*

### Get together – offene Diskussion