

Workshops

23. April 2010 // GAP 15 DÜSSELDORF

Workshop 1

Social Media Branding: Entwicklung von Social Media Strategien und Kampagnen

Thomas Zich und Torsten Heinson, Wunderknaben, Erkrath

Workshop 2

Monitoring@self: „Zuhören“ mit Social-Media Dashboard

Fernando Reiman und Björn Sprung, Nielsen, Hamburg

Workshop 3

Eigene Communities konzipieren und betreiben

Marco Ripanti, ekaabo, Weinheim

Workshop 4

Social Media Planning mit den Zielen Abverkauf, Marktforschung und Branding

Ralf Scharnhorst, Scharnhorst Media, Hamburg

Workshop 5

Online PR: Online-Kommunikation zwischen Fragmentierung und Hyperdistribution

Christoph Salzig, pr://ip – Primus Inter Pares, Münster

Workshop 6

Facebook Marketing

Dr. Andreas Bersch, Xihit Solutions GmbH, Berlin

Workshop 7

SEO und Affiliate Networks

Thorsten Loth, Metapeople GmbH, Duisburg

Workshop 8

Social Media Communication

Michél Walther und Jan Pötzscher, azionare, Bauzen

Änderungen vorbehalten

Locations

CONFERENCE 22. April 2010

UCI-Kino,
Hammerstraße 29
Düsseldorf
Tel. 0177 852 8618

WORKSHOP 23. April 2010

GAP15, Graf Adolf Platz 15
3. Stock, Düsseldorf
Tel. 0177 852 8618



www.infect-now.de

powered by:

azionare GmbH

active value GmbH

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V.

digi:media

iBusiness High Text Verlag

It Works GmbH

metapeople GmbH

nubizz GmbH

Nielsen Media Research GmbH

Simyo GmbH

Wunderknaben Kommunikation GmbH

INFECT2010

spreading messages in new ways

CONFERENCE // 22. APRIL 2010

UCI KINO MEDIENHAFEN DÜSSELDORF

WORKSHOPS // 23. APRIL 2010

GAP 15 DÜSSELDORF

**SOCIAL MEDIA
NOW!
REAL TARGET GROUPS
REAL EFFECTS
REAL MARKETING**

- Learnings aus sieben Jahren Social Media Marketing
- Aktuelle Cases aus B2B und B2C
- Vergleich werberelevanter Social Media Plattformen
- Chancen und Grenzen von Social Media Marketing

Conference

22. April 2010 // UCI KINO MEDIENHAFEN DÜSSELDORF

Die **INFECT2010** will Werbetreibenden und Kommunikationsverantwortlichen aufzeigen was HEUTE mit Social Media Kampagnen und der Nutzung von Social Media Netzwerken möglich ist.

Erstmalig wird bei einem Kongress und in den am nächsten Tag folgenden Workshops die Nutzung von Social Media auch im Hinblick auf die B2B Kommunikation gleichwertig neben der B2C Kommunikation dargestellt. Die Konferenz und die Workshops am zweiten Tag sind auf die konkrete Anwendung von Social Media Funktionen und Netzwerken für die aktuellen Aufgaben der Werbetreibenden in der B2C und B2B Kommunikation von HEUTE fokussiert.

09:00 Uhr Begrüßung / Social Media: HEUTE

Alexander Felsenberg, Felsenberg Consulting, Düsseldorf
Thomas Zich, Wunderknaben, Düsseldorf

09:15 Uhr Web 2.0 Perspektiven für die Marketing & Corporate Communication

Dr. Alexander Rossmann, Institut für Marketing Universität St. Gallen

10:00 Uhr Social Media: Releation & Sensation

Torsten Heinson, Wunderknaben, Düsseldorf

10:30 Uhr Trendy... a Break from Reality: „Outernet“

Nick Sohnemann und Sebastian Raßmann, TrendOne, Hamburg

11:00 Uhr Kaffeepause

Änderungen vorbehalten

Track 1

SOCIAL MEDIA DIENSTLEISTUNGEN

Moderation: Alexander Felsenberg, Felsenberg Consulting, Düsseldorf

Präsentation einzelner, bewährter Social Media Maßnahmen mit Beispielen aus B2C und B2B.

11:15 Uhr Konzeptentwicklung: Social Media in der klassischen Kampagnen-Denke

Bjoern Ognibeni, ognibeni.de, Hamburg
Torsten Panzer, buzzer Germany, Hamburg

12:00 Uhr Social Media Monitoring!... und was dann?

Fernando Reiman, Nielsen, Hamburg
Björn Sprung, Nielsen, Hamburg

13:15 Uhr Social Media Relations: Moderne PR im Web

Mirko Lange, talkabout communications (GPRA), München

14:00 Uhr Social Marketing Tools

Joachim Graf, IBusiness, München

14:20 Uhr Social Media für SEO und SEM

Torsten Loth, Metapeople, Duisburg
Antonius Klees, active value GmbH, Düsseldorf

15:30 Uhr Creating the Buzz: Video

Axel Schmiegelow, Sevenload, Köln / Alexander Gösswein, GoViral, Frankfurt
Sven Czöppan, ViralLab, Berlin / Claudio Foser, Unitec AG, Vaduz (FL)

16:20 Uhr Creating the Buzz: Mobile Apps

Volker Kirschner-Kross, artundweise GmbH, Bremen
Dr. Thomas Wolf, Michaela Bonneck, convisual AG, Oberhausen

17:00 Uhr Creating the Buzz: Dialog / Text

Jan Pötzscher, azionare, Bautzen / Christian Magel, simyo, Düsseldorf

17:30 Uhr Abschlussdiskussion

Chancen und Risiken von Social Media
Community Creation & Community Care

Änderungen vorbehalten

Track 2

SOCIAL MEDIA NETZWERKE

Moderation: Ralf Scharnhorst, Scharnhorst Media, Hamburg

Für Mediaplanung und Maßnahmenkonzeption: Übersicht über Zielgruppenaffinität, Werbe- und Engagementformen relevanter Social Networks.

Zielgruppe: jung, gebildet & große Reichweite

11:15 Uhr VZ Gruppe

Sven Bagemihl, VZ Gruppe, Berlin

Zielgruppe: Musik & Freizeit

11:35 Uhr myspace Marketing

Stefan Zilch, myspace, Berlin

11:55 Uhr Lokalisten.de

Stefanie Waehlert, lokalisten.de, München

Zielgruppe: Business Networks

13:15 Uhr Facebook Marketing

Dr. Andreas Bersch,
Xihit solutions, Berlin

13:35 Uhr Xing

Carsten Ludowig, Xing, Hamburg

Zielgruppe: Frauen

14:00 Uhr Erdbeerlounge

Dr. Stephanie Staar,
Erdbeerlounge, Köln

14:20 Uhr Netmoms

Nathalie Wiest, Netmoms.de,
Köln (angefragt)

14:40 Uhr Eigene Social Media Plattform vs. bestehender Social Media Plattformen: Eine Übersicht

Marco Ripanti, ekaabo, Weinheim

Zielgruppe: Auto, Sport

15:30 Uhr sportme

Sven Alex, sportme, Berlin

15:50 Uhr Netzathleten

Christian Heger,
Netzathleten, München

16:10 Uhr Motor-Talk

Tom Kedor,
Motor-Talk, Berlin

Zielgruppe: Reisen

16:30 Uhr Tripadvisor

Matthias Gerber, Tripadvisor, Bargteheide

17:00 Uhr Social Media in der Mediaplanung

Karin Libowitzky, Mediacom, Düsseldorf

18:00 Uhr Get together

Änderungen vorbehalten