

## Aktuelle Presseinformation

**Shortcut:** Wie können Markenführung und Kundenbindung durch die sozialen Netzwerke unterstützt und sogar geführt werden? Was bedeuten Trendthemen wie „Big Data“ oder „Content Marketing“ für die Social Media Strategie? Wie geht man mit Wutkunden um? Der 4. Social Media Kongress 2013 am 28. und 29. August 2013 in Köln bietet Antworten auf aktuelle Fragen rund um Social-Media-Marketing.

### 4. Social Media Kongress 2013

## Die unendlichen Weiten des Social Webs

**Frankfurt, 13 Juni 2013** – Social Media hat längst einen festen Platz in der Marketingstrategie der meisten Unternehmen. Doch wie können Markenführung und Kundenbindung durch den Auftritt in sozialen Netzwerken unterstützt und sogar geführt werden? Welche Bedeutung haben Trendthemen wie „Big Data“ oder „Content Marketing“? Antworten und zahlreiche Best Practice Beispiele bietet der 4. Social Media Kongress 2013. Er findet am 28. und 29. August 2013 im Radisson Blu Hotel Köln statt.

Der Kongress richtet sich an Insider und Social Media Experten aus Handel, Industrie und Agenturen sowie Online-Händler. Veranstalter ist die Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH. Teilnehmer können zusätzlich kostenfrei die Vorträge des parallel stattfindenden 3. Dialogmarketing Gipfels 2013 besuchen. Dort erwarten sie Praxisvorträge unter anderem von RUNNERS POINT, buch.de, Zapf Creation, Mainova, point rouge, Miles & More und HRS.

An beiden Tagen des 4. Social Media Kongresses 2013 stehen praxisnahe Vorträge von Top-Referenten aus Unternehmen wie McDonalds, Hans Freitag Verdener Keks- und Waffelfabrik, Philips, Helsana Versicherungen, ProSiebenSat.1, Bosch, Heiler und Telefónica auf dem Programm.

Im vorgelagerten Workshop „Content Marketing“ unter Leitung der Web 2.0-Experten Thomas Knüwer und Frank Horn lernen Kongressbesucher am Dienstag, 27. August alles über die Entwicklung einer Content Strategie und Themen wie Keyword-Analyse, Markenpositionierung sowie Kanal-Beurteilung. Aber auch, wie man Anzeichen für einen „Shitstorm“ erkennt und deeskalierend mit Wutkunden kommuniziert.

Die neue Psychologie des Werbens bildet den Auftakt. Der Social Media Experte und Blogger Thomas Knüwer wird als Moderator des ersten Kongresstages die kommenden digitalen Trends vorstellen. Der zweite Konferenztag widmet sich unter anderem der Frage, „Wie wird Kommunikation zukünftig gestaltet?“ Unter der Moderation von Frank Puscher vom

## **Aktuelle Presseinformation**

Verlag Spielfigur referieren renommierte Social Media- und Branchenexperten über spannende Entwicklungen, wie die Entstehung einer „Sharing Economy“ und Online-to-Store-Effekte. Weitere Themen-Highlights des 4. Social Media Kongress 2013 sind:

- **Der Werbemarkt, die neue Psychologie des Werbens und Big Data**
- **Social Plug Ins und Cookies, Auswertung von Nutzerdaten** – was ist rechtlich zu beachten?
- **SEO - Google+ und facebook Trends**
- **Social Media Metrics** – Social Media als umsatzrelevanter Trafficbringer
- **Social CRM und Gamification** – Interaktion zur Conversion-Optimierung
- **Social Media im B2B** – optimale Zielgruppenansprache, Erfolgsmessung und KPIs
- **Der Online-to-Store-Effekt** – Research online, purchase offline (Ropo)

Frühbucher profitieren bis 30. Juni 2013 von einem Rabatt in Höhe von 300 Euro.

### **4. Social Media Kongress 2013**

**28. und 29. August 2013, Radisson Blu Hotel Köln**

Informationen: [www.managementforum.com](http://www.managementforum.com)

#### **Kontakt für die Fachpresse:**

Jörg Streb, Senior Marketing Manager

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Eschersheimer Landstraße 50, D-60322 Frankfurt am Main

Telefon +49 (0)69 24 24-47 81

[streb@managementforum.com](mailto:streb@managementforum.com)

[www.managementforum.com](http://www.managementforum.com)

#### **Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH**

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH ist einer der führenden Anbieter von Veranstaltungen für den Handel und die Konsumgüterindustrie. 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 und gelten als die führenden Events der jeweiligen Branche. Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH veranstaltet ca. 30 Kongresse/Kongressmessen pro Jahr.