

Institut für Marketing



Universität St.Gallen

Next Corporate Communication

Perspektiven von Social Media für Marketing,
Unternehmenskommunikation und Vertrieb

Konferenz | Holiday Inn Zürich Messe | 02. Februar 2011



Next Corporate Communication

Next Corporate Communication ist eine Plattform zur Diskussion der Perspektiven von Social Media für Marketing, Vertrieb und Unternehmenskommunikation. Bislang haben sich über 100 Unternehmen an Next Corporate Communication beteiligt. Die Plattform bietet damit wesentliche Impulse für die Umsetzung der Möglichkeiten von Social Media in der Unternehmenspraxis.

Das sogenannte Web 2.0 und der damit verbundene Wandel haben eine neue Stufe der Medien- und Kommunikationsevolution ausgelöst. Marketing, Vertrieb und Corporate Communication müssen durch eine Weiterentwicklung ihrer eigenen Strategien und Konzepte reagieren, um die damit verbundenen Chancen und Risiken für Unternehmen zu adressieren.

Das Programm integriert die Erkenntnisse aus Forschung und Praxis und bietet damit eine wesentliche Wissensressource für die Umsetzung von Social Media Initiativen in Unternehmen. Über die Plattform werden Konzepte aus Unternehmen, Agenturen und aus der Forschung interaktiv diskutiert und weiterentwickelt. Damit leistet das Programm einen wesentlichen Beitrag zur Anwendung von Social Media im Unternehmenskontext.

Der Dialog zwischen den Teilnehmern basiert auf kontinuierlichen Marktforschungen, Konferenzen, Fokusgruppen, Fallstudien und Aktionsforschungsprojekten. Einen wesentlichen Meilenstein bildet die jährliche Next Corporate Communication Konferenz.

Konferenz

Die Next Corporate Communication Konferenz integriert die Ergebnisse der Forschung aus den unterschiedlichen Teilaktivitäten des Programms.

Dies nächste Konferenz findet am 02. Februar 2011 im Holiday Inn Zürich Messe statt. Im Fokus stehen besonders die Ergebnisse aus den einzelnen Fokusgruppen sowie die Fallstudien in Bezug auf die Anwendung von Social Media Initiativen in Unternehmen.

Der Fokus der Konferenz 2011 liegt auf der Umsetzung von Social Media Initiativen in der Unternehmenspraxis. Dabei bietet die Konferenz Einblicke in Umsetzungskonzepte einzelner Unternehmen.

Schliesslich liegt im Vergleich zu Initiativen und Erkenntnissen aus den Projekten anderer Forschungsinstitutionen ein wesentlicher Schwerpunkt des Programms.

Allgemein bildet die Next Corporate Communication Konferenz damit einen wesentlichen Meilenstein, um den Austausch über erzielte Erkenntnisse zu fördern und neue Fokusthemen zu erschliessen.

Programm

Informeller Anlass

19.00 Uhr | Holiday Inn Zürich Messe

Konferenz

8.30 Uhr | Begrüssung & Registrierung

- ▷ Next Corporate Communication: Status-Quo, Erkenntnisse, Ausblick
- ▷ Fallstudien aus der Unternehmenspraxis: Einblicke in konkrete Umsetzungskonzepte und Fallstudien der beteiligten Unternehmen
- ▷ Perspektiven der Forschung: Aktueller Status und Erkenntnisse der mit Next Corporate Communication verbundenen Forschungsorganisationen
- ▷ Ergebnisse der Fokusgruppen der Next Corporate Communication Forschung: Social Media Strategie & Social Media Measurement
- ▷ Social Media Monitoring Guide: Leitlinien zur Auswahl und Integration von Social Media Monitoring Anwendungen
- ▷ Social Media und die interne Organisation: Interne Strukturen und Kompetenzen für die erfolgreiche Anwendung von Social Media in der Praxis
- ▷ Ausblick Forschungs- und Dialogprogramm 2011

17.00 Uhr | Abschluss & Apero

Referenten

Dr. Alexander Rossmann | Project Director, Institut für Marketing, Universität St.Gallen

Social Media in Marketing, Vertrieb und Unternehmenskommunikation:
Zwischen erster Annäherung und der Integration in Geschäftsprozesse

Prof. Dr. Peter Gentsch | Managing Director, Business Intelligence Group

Social Media Measurement Framework:
Nutzen und Ansatz einer strategierorientierten Social Media Erfolgsmessung

Herr Andreas Bock | Head of Social Media, Telekom Deutschland

Telekom hilft - Service, Vertrieb und Community Building

Roland Fiege

Social Media Monitoring Guide:
Leitlinien für die Auswahl und strategische Implementierung von Monitoringlösungen

Sebastian Paas | Partner, KPMG Advisory

Social Media in der Automobilbranche aus Sicht des CIO:
Eine aktuelle Studie der Universität St.Gallen und KPMG

Markus Zeller | Manager Online Communication, smart

Integrierte Organisationsstruktur und digitale Kommunikation für die Marke smart

Ralf Greis | Geschäftsführer, Die Zukunfts-Akademie

Social Media mit Change Management, Change Management mit Social Media:
Implikation neuer Medien für die systemische Unternehmensentwicklung

Teilnahmebedingungen

Der Beitrag zur Teilnahme an der Konferenz beläuft sich auf netto 960,00 SFr bzw. 720,00 Euro. Dies beinhaltet die Teilnahmegebühren, eine Konferenzpauschale (Kaffeepausen, Getränke, Lunch, Aperero) sowie Zugang zu allen Konferenzunterlagen.

Die Anmeldung zur Teilnahme erfolgt über ein Internetportal unter der Adresse:

<http://www.nextcc.ch>

Die Anmeldung und Teilnahme wird nach Eingang durch die Universität St.Gallen bestätigt.

Internationalität, Praxisnähe und eine integrative Sicht zeichnen die Ausbildung an der Universität St.Gallen (HSG) seit ihrer Gründung im Jahr 1898 aus. Heute bildet die HSG fast 6.000 Studierende aus 79 Nationen in Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft, Rechts- und Sozialwissenschaften aus.

Mit Erfolg: Die HSG gehört zu den führenden Wirtschaftsuniversitäten Europas. (FT-Ranking 2008: Platz 1 im deutschsprachigen Europa und Platz 30 der führenden europäischen Business Schools).

Für ihre ganzheitliche Ausbildung auf höchstem akademischem Niveau erhielt sie mit der EQUIS- und AACSB-Akkreditierung internationale Gütesiegel. Studienabschlüsse sind auf Bachelor-, Master- und Doktors- bzw. Ph.D.-Stufe möglich.

Zudem bietet die HSG erstklassige und umfassende Angebote für die Unternehmenspraxis. Kristallisationspunkte der Forschung an der HSG sind ihre 40 Institute, Forschungsstellen und Center, welche einen integralen Teil der Universität bilden. Die weitgehend autonom organisierten Institute finanzieren sich zu einem grossen Teil selbst, sind aber dennoch eng mit dem Universitätsbetrieb verbunden.

Universität St.Gallen
Institut für Marketing (IfM)
Dufourstrasse 40a
CH 9000 St.Gallen

Projektleiter:
Dr. Alexander Rossmann

Telefon +41 (0)71 224 28 55
Fax +41 (0)71 224 28 35
Mobil +49 (0)172 711 20 60
eMail alexander.rossmann@unisg.ch