

Web 2.0: Der Innovationsprung im Marketing

Engagement Marketing

Vom klassischen Aufmerksamkeits- zum kundengetriebenen Beteiligungsmarketing

Marketing 2.0 – Chancen und Risiken erkennen

- Wandel von Marken, Medien und Menschen
- Web 2.0: Technik und Nutzungsformen

Kommunikation 2.0 – mit dem Kunden im Dialog

- Kommunikation auf Foren, Blogs & Co.
- User generated Advertising: Kunden als Inputgeber
- Risiken von Mitmach-Modellen für die Marke

Produkt- und Preispolitik 2.0

- Neue Wege bei Preisbildung und Marktforschung
- Produktentwicklung mit dem Kunden

So kontrollieren Sie die
Verbraucherdemokratie!

Vertrieb 2.0 – neue Geschäftsmodelle entwickeln

- Long Tailing: Chancen von Nischenprodukten
- Vor- und Nachteile von Tags, Bewertung & Co.
- Social Commerce: der Kunde als Händler

Aus der Praxis:

- **Volkswagen:** Eine virale Erfolgsstory mit dem Horst Schlämmer Blog!
- **KWICK! Community:** Warum Marketing ohne Communities nicht mehr funktioniert!
- **IBM:** Nach dem Hype – das Internet der nächsten Generation!

Hoher Lernerfolg durch
begrenzte Teilnehmerzahl!

Ihr exklusiver Termin:

25. und 26. Februar 2008 in Frankfurt am Main

Unter fachlicher Leitung des
Web 2.0 Marketing-Experten:

Dr. Christian Bachem

.companion: Strategie und Coaching

Ihre Praxis-Referenten:

Michael Kieß

IBM Deutschland Entwicklung GmbH

Wilfried Schock

KWICK! Community GmbH & Co. KG

Torsten Skoracki

Volkswagen AG

Specials:

- ✓ Marketingpotenzial 3D:
Strategien für Second-Life
- ✓ Erfolgsmessung:
Kennzahlen für Marketing 2.0

MANAGEMENTCIRCLE®

BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700

Marketing-Kommunikation 2.0 – mit dem Kunden im Dialog

Ihr Seminarleiter:
Dr. Christian Bachem, Geschäftsführer, **.companion: Strategie und Coaching**, Berlin

Empfang mit Kaffee und Tee,
Ausgabe der Tagungsunterlagen **ab 8.15 Uhr**

9.00 Marketing im Dreieck des Wandels

- Marken: Inflation, Portfoliobereinigung und der Verlust der Mitte
- Medien: Angebotsexplosion, Fragmentierung und Digitalisierung
- Menschen: Konsumentenkonfusion, Smart Shopper und der Wunsch nach Autonomie

Grundlagen des Marketing 2.0

- Kritische Masse und Relevanz als Treiber neuer Angebote, Konzepte und Geschäftsmodelle
- Wie Strom oder fließend Wasser: das Internet immer und überall verfügbar
- Web 2.0: Die neue Lust an der Beteiligung

10.00 Web 2.0: Mitmach-Medien als Basis des neuen Marketing

- Die Technik: P2P, Ajax, Mashups, Widgets
- Formen der Nutzerbeteiligung: Taggen, Bewerten, Kommentieren und Publizieren
- Vom Aufmerksamkeits- zum Beteiligungsmarketing

10.45 Kaffee- und Teepause

11.00 Communities – die strategische Herausforderung für das Marketing: Chancen, Risiken, Lösungen

- Chancen: Communities beschleunigen Ihr Marketing
- Risiken: Communities hebeln Ihr Marketing leise aus
- Lösungen: Umgang mit bestehenden Communities und Gestaltung von Communities als Marketingtool

Wilfried Schock
Leiter Marketing,
KWICK! Community GmbH & Co. KG, Weinstadt

Praxisbericht!

12.30 Gemeinsames Mittagessen

14.00 Neue Geschäftsmodelle & exemplarische Anwendungen des Beteiligungsmarketing

- Google: Marketing mit Popularitäts- und Relevanzrankings
- eBay & Amazon: Ratings und Bewertungen
- Fon & Joost: Service durch gekaperte Infrastruktur
- XING & Co.: Vertrauensfilter Social Network

14.45 Einordnung in den Marketing-Mix

- Den Funktions-Mix bestimmen
- Die richtigen Beteiligungsangebote schaffen
- Motivierte Konsumenten aktiv einbeziehen
- Wertschöpfung durch strukturierten Dialog
- Markenbeziehungen planvoll erweitern
- Den neuen Prozesswettbewerb gewinnen

15.30 Kommunikationspolitik 2.0 – mit dem Kunden im Dialog

- Chancen und Herausforderungen
- Blogs: Ergänzung oder Spiel mit dem Feuer?
- Gestaltung eigener Themen-/Produkt-Blogs
- Kontextbezogene Werbung auf Foren & Co.
- Wikis: Vorteile und Grenzen
- mySpace, YouTube & Second Life: Neue Felder und Regeln der Kommunikation
- Wenn Mitmach-Modelle für Marken gefährlich werden

16.45 Kaffee- und Teepause

17.00 Innovative Kommunikation von Volkswagen – eine virale Kampagne mit Horst Schlämmer

- VW und Horst Schlämmer – der Grevenbroicher Journalist als Idealbesetzung für eine Kampagne im Web 2.0
- Virtuell hoch zwei – gefühlte Authentizität im Cyberspace
- Der Blog als optimale Multimedia-Plattform für interaktives Storytelling
- Horst Schlämmer: Journalist und Blog-Profi
- Zahlen, Daten, Fakten von einer der reichweitenstärksten Viral-Kampagnen
- Ausblick: Kundenansprache im Dialog und Markenkommunikation mit Branded Entertainment

Torsten Skoracki
Leitung Dialogmarketing Marke VW,
Volkswagen AG, Wolfsburg

Praxisbericht!

18.00 Zusammenfassung und Diskussion

18.15 Get-Together

Get-Together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit Referenten und Teilnehmern!

Marketing-Mix 2.0 – den Verbraucher in den Prozess integrieren

Ihr Seminarleiter:
Dr. Christian Bachem

9.00 Überleitung zum zweiten Tag

9.05 Kampagnenplanung im Marketing 2.0

- Behavioral Targeting: Kunden passgenau finden und binden
- Crossmedia: Intelligente Verknüpfung von Reichweiten- und Beteiligungsmedien
- Der Coca Cola Unexpected Summer-Case

9.45 User generated Advertising – die Kreativität der Kunden nutzen

- Formen von User generated Advertising
- Wann ist der Einsatz möglich und sinnvoll?
- Risiken von UGA – die Markenidentität schützen

10.45 Kaffee- und Teepause

11.00 Produktpolitik 2.0

- Neue Möglichkeiten der Marktforschung: Panels, Nutzerbefragungen und Message Benchmarks
- Einbeziehung von Nutzern in die Produktentwicklung
- Anreicherung von Produkten durch Beteiligungs-basierte Service-Angebote

12.00 Gemeinsames Mittagessen

13.30 Vertriebspolitik 2.0

- Long Tailing oder das Ende der Nische: Vertrieb in Zeiten des Angebotsüberflusses
- Neue Vertriebsinstrumente im Marketing 2.0: Auffindbarkeit und Vernetzung
- Die Maschine als Cross- und Up-Seller: Recommendation Engines
- Der Kunden als Propagandist: Vom Nutzen und den Nachteilen des Taggens, Bewertens und Empfehlens
- Der Fan als Händler: neue Absatzpotenziale durch Social Commerce?

14.30 Preispolitik 2.0

- Handeln auf Augenhöhe: Marketing in Märkten völliger Preistransparenz
- Dies wäre Ihr Preis gewesen: Preisbildung über Auktionen, Provisionen und andere flexible Modelle
- Geben und Nehmen: Peer-to-Peer Banking als neues Finanzierungsmodell

15.15 Kaffee- und Teepause

15.30 Nach dem Hype – das Internet der nächsten Generation

Praxisbericht!

- Virtuell, sozial oder real? Die Evolution des Internet
- Was geht mich das an?
- Technologietrends, die Sie kennen sollten
- Wer und was das Internet in den nächsten Jahren bestimmen wird

Michael Kieß

Leiter Kommunikation,

IBM Deutschland Entwicklung GmbH, Böblingen

16.15 3D-Welten: Marketing- und Verkaufspotenziale auf Second-Life

- Die neue 3D-Welt – was steckt hinter Second-Life?
- Marketing- und Verkaufspotenzial abschätzen
- Wer nutzt was? Strategien zur gezielten Ansprache
- Produktintegration und Erlösmodelle
- Wann lohnt sich die Investition

17.00 Controlling: Den Erfolg im Beteiligungs- marketing bemessen und steuern

- Die vier Felder des Controlling von Beteiligungsangeboten: Tracking, Testing, Surveys und Prozess-Checks
- Mystery Mailings als Indikator für Kundenorientierung
- Kennzahlenbasierte Steuerungssysteme
- Kennzahlen für Marketing 2.0
- Umfassendes Controlling mit Marketing Performance Architekturen

17.45 Ausblick & Resumee – Marketing 2.0 Qua Vadis?

- Die Zukunft des Marketing in einer digitalen Welt
- Die Anspruchsspirale dreht sich weiter
- Nur noch eine Frage der Zeit: Die vier Prinzipien des Marketing 2.0 setzen sich durch

18.00 Zusammenfassung der Inhalte des zweiten Tages
und Gelegenheit für abschließende Fragen

18.15 Ende des Seminars

So beurteilen Teilnehmer dieses Seminar:

„Sehr guter Überblick zum Marketing 2.0!“

„Perfekte Organisation und tolle Referenten!“

„Die Seminarleiter überzeugen mit Wissen und Kompetenz
im Thema!“

Zum Veranstaltungsinhalt

„Denn in der Ära des Web 2.0 bestimmen die Anwender die Inhalte, die auf Verbraucherseiten Produkte bewerten. Diese **neue Verbraucherdemokratie** führt dazu, dass **authentische Werbung interessanter** wird und **klassische Werbeslogans für Verbraucher langweiliger** werden. Auf diese Entwicklung muss man sich einstellen.“
(Quelle: media & marketing, 1-2 /2007)

„**Engagement Marketing** ist die **passende Marketingstrategie zum Mitmach-Internet**. Die Marke wird dabei als Teil eines umfassenden Contents inszeniert.[...] Das neue Marketingkonzept ist die Antwort auf den veränderten Medienkonsum: Die **Konvergenz von TV und Internet**, immer mehr Breitband-Internet-Anschlüsse sowie **der souveräner gewordener User des Web 2.0** haben zu einer kreativen Hochblüte des Internets geführt“.
(Quelle: InteractiveMedia 2007, Mitmachwerbung macht Marken)

Als Marketingverantwortliche müssen Sie sich **auf die Entwicklung des Internets einstellen** und erkennen, dass die klassische Kommunikation nicht mehr ausreichen wird, um Kunden zu erreichen. Das Web 2.0 bietet zahlreiche neue Möglichkeiten, um **mit dem Verbraucher direkt in den Dialog zu treten**. Es birgt jedoch auch Gefahren, denn die Communities können eine eigene Dynamik entwickeln, die schwer zu kontrollieren ist. Plumpse Werbung oder schlechte Produkte geraten schnell in **Kritik, die sich wie ein Lauffeuer weltweit verbreitet**. Daher ist es wichtig sich frühzeitig über die Chancen und Risiken zu informieren.

Der Quantensprung im Marketing

Das Seminar informiert Sie über den **digitalen Shift von dem Massen- zum Community-Marketing**. Hören Sie, wie sich das Marketing vom Aufmerksamkeits- zum Beteiligungsmarketing wandelt und wie Sie diesem Wandel in Ihrer Marketingstrategie Rechnung tragen können. Sie erhalten einen detaillierten Überblick über **Hintergründe, Techniken, Nutzerformen des Web 2.0** und lernen wie Sie dieses für Ihr Marketing nutzen können.

So setzen Sie Marketing 2.0 Kampagnen um:

- Zielgruppen im Web 2.0 erschließen
- Durch Corporate Blogs den Kundendialog steigern
- Kunden durch Community Marketing in Ihren Marketingprozess einbinden
- User generated Advertising sinnvoll einsetzen

So integrieren Sie den Kunden in den Marketing-Prozess:

- Kontrollverlust der Kommunikation entgegenwirken
- Kunden in die Produktentwicklung einbeziehen
- Neue Vertriebsinstrumente im Web 2.0 nutzen
- Den Erfolg der Marketing 2.0-Maßnahmen messen

Sie haben noch Fragen? Gerne!

Iris Krämer



Iris Krämer

Senior Konferenz Managerin

Tel.: 0 61 96 / 47 22-688

E-Mail: kraemer@managementcircle.de

Dr. Christian Bachem ist Geschäftsführer der Strategieberatung **.companion: Strategie und Coaching** mit Sitz in Berlin und San Francisco. Zu den Klienten zählen international führende Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Handel, IT und Medien. Nach Abschluss seines Studiums arbeitete Dr. Christian Bachem von 1991 bis 1994 als Mediaplaner und Berater bei Werbeagenturen in Berlin und New York. 1995 wechselte er als Managing Director zu Pixelpark, Bereich Strategic Planning und Online-Advertising. Dr. Christian Bachem hat den deutschen Online-Werbemarkt als Mitglied diverser Fachgremien aktiv mitgestaltet. Im April 2003 hat er zudem eine dreijährige Vertretungsprofessur für Marketing an der FHTW Berlin übernommen. Parallel ist er in der Führungskräfteweiterbildung u.a. im Rahmen von MBA-Programmen an der Uni St. Gallen und der Steinbeis Hochschule Berlin.

Michael Kieß ist Leiter Kommunikation bei der **IBM Deutschland Entwicklung GmbH** in Stuttgart. Hier ist er für die interne und externe Kommunikation zu den Themen Entwicklung & Forschung verantwortlich. Seine Aufgaben umfassen dabei alle Kommunikationsaktivitäten zu aktuellen Entwicklungs- und Forschungsprojekten der IBM mit einem besonderen Fokus auf das deutsche Entwicklungszentrum, zu dem seit Februar 2007 auch ein Kompetenzzentrum für Web 2.0 und 3D-Internet gehören. Der Volljurist und PR-Fachmann ist seit 1999 für IBM tätig und war in den letzten Jahren für eine Reihe von Kommunikationsprojekten und -themen im In- und Ausland verantwortlich.

Wilfried Schock Bankkaufmann, Fachkaufmann für Marketing, ist seit 2006 Leiter Marketing bei der **KWICK! Community GmbH & Co. KG** in Weinstadt. In mehr als 25 Berufsjahren sammelte er als Angestellter und freie Consultant Erfahrungen im Bereich des Marketing für Finanzdienstleistungen, Konsumgüter und allgemeine Dienstleistungen. Mit dem Thema Communities kam er bereits Anfang der Achtziger Jahre durch Kundenclubs für Neukundengewinnung und Kundenbindung in Berührung – damals allerdings offline. Seit Ende der Neunziger Jahre begleitet ihn das Thema Communities vor allem im Online-Bereich.

Torsten Skoracki leitet das Team Dialogmarketing der Marke **Volkswagen** in Wolfsburg. Das Aufgabengebiet umfasst Strategie und Umsetzung vom klassischen Offline Dialogmarketing bis hin zu kanalübergreifenden Steuerungen von Kooperationen. Vor dieser Aufgabe hat Torsten Skoracki in verschiedenen Funktionen im Vertrieb der Marke Volkswagen gearbeitet (z. B. Volkswagen Service, Telematikstrategie, uvm.).

AUCH ALS INHOUSE TRAINING

So individuell wie Ihre Ansprüche – Inhouse Trainings nach Maß!

Zu allen Themenbereichen bieten wir auch firmeninterne Schulungen an. Ihre Vorteile: Kein Zeitverlust – passgenau für Ihren Bedarf!

Ich berate Sie gerne und erstelle Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie mich an.



Christian Menzel

Tel.: 0 61 96/47 22-644

E-Mail: menzel@managementcircle.de

Warum Sie diese Veranstaltung besuchen sollten

- Sie wollen erfahren, wie sich das **Marketing im Zeitalter von Web 2.0** wandelt.
- Sie möchten einen Leitfaden für die Umsetzung neuer **Marketing-Strategien**, die dem **Medienwandel** und der neuen **Verbraucherdemokratie** gerecht werden.
- Sie möchten Hilfen für den **Umgang mit dem einhergehenden Kontrollverlust** im Marketing.

Wen Sie auf dieser Veranstaltung treffen

Dieses Seminar richtet sich an **Führungskräfte** und **verantwortliche Mitarbeiter** aus den Bereichen **Marketing, Strategisches Marketing, Marketing-Kommunikation, Marktforschung, Produktmanagement, Vertrieb** und **Kundenservice, E-Business, E-Commerce, Online-Marketing, Internet, Neue Medien, Media Management**, die sich über die neuen Marketingmöglichkeiten im Web 2.0 informieren möchten. Außerdem angesprochen sind in diesem Bereich tätig **Unternehmensberater**.

Termin und Veranstaltungsort

25. und 26. Februar 2008 in Frankfurt am Main

Novotel Frankfurt Niederrad
Hahnstraße 9
60528 Frankfurt
Tel.: 069/663 06-0
Fax: 069/663 06-600
E-Mail: h5382@accor.com

Zimmerreservierung

Für die Seminarteilnehmer steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Ihre Service-Hotlines

Anmeldung:

Bettina Gräf

Telefon: 0 61 96/47 22-700 oder
0 61 96/47 22-0 (Telefonzentrale)
Fax: 0 61 96/47 22-999

Per Post: Management Circle AG
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.
Hauptstraße 129, 65760 Eschborn/Ts.
E-Mail: anmeldung@managementcircle.de

Kundenservice:

Eberhard Bergmann

Telefon: 0 61 96/47 22-800 (Fax: -888)
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

Adressänderung:

Stella Avramidou

Telefon: 0 61 96/47 22-500 (Fax: -562)
E-Mail: marketingservice@managementcircle.de

Datenschutz-Hinweis:

Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG)

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.695,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Engagement Marketing

Ich/Wir nehme(n) teil am:

WS

25. und 26. Februar 2008 in Frankfurt am Main

02-56847

1

NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

2

NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

3

NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

MITARBEITER: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

FIRMENNAME

STRASSE/POSTFACH

PLZ/ORT

TELEFON/FAX

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!

Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL

(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESES MEDIUM INFORMATIONEN DER MANAGEMENT CIRCLE GRUPPE ZU ERHALTEN.)

DATUM

UNTERSCHRIFT

ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT:

ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN:

ABTEILUNG

RECHNUNG BITTE AN:

ABTEILUNG

Bitte rufen Sie mich an, ich interessiere mich für

- Inhouse Trainings
- E-Learning
- Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten



Mit der Deutschen Bahn AG zum **Sonderpreis zur Veranstaltung**. Infos unter:

www.managementcircle.de/bahn

Die Bahn

Über Management Circle

Management Circle steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen. Mit kompetenten Bildungsleistungen garantieren wir durch unsere Erfahrung Fach- und Führungskräften nachhaltigen Lernerfolg. Vom praxisnahen Seminar bis zur richtungswisenden Kongressmesse – vom individuell konzipierten In-house Training, praxisorientierten schriftlichen Management-Lehrgang bis zum innovativen E-Learning erhalten Sie alles aus einer Hand. Mit über 40.000 Teilnehmern bei unseren Präsenzveranstaltungen im vergangenen Jahr gehört die Management Circle AG zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum. Unser aktuelles und vollständiges Bildungsangebot finden Sie unter: www.managementcircle.de.

Aktuelle Veranstaltungsangebote: www.managementcircle.de