

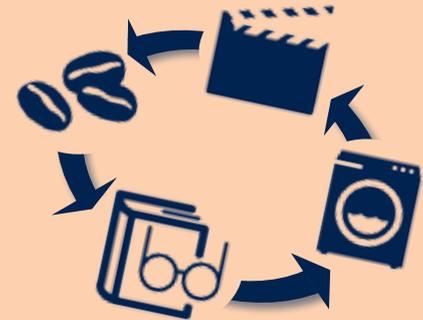
CMO-Circle 2011

Halbzeitbilanz! Was muss Social Media jetzt leisten?

17. November 2011, München

www.ftd.de/cmocircle

- Zwischen Kommunikation und Kennzahlen – wann entsteht ein echter Heimvorteil?
- Zwischen Marketing und Vertrieb – wo kickt Social Media am besten?
- Zwischen Marken und Menschen – wie läuft ein optimales Zusammenspiel?



Lokalsrunde:

Wir bringen Ihr Networking auf Trab.

4 Locations · 4 Cases



Bonin Bough,
Pepsico



Joseph Gross,
Allianz



Jens Monsees,
Google Germany

FINANCIAL TIMES
DEUTSCHLAND

Wissen, was wichtig wird. Immer und überall.

Lassen Sie sich überraschen und erleben Sie eine neue Art zu tagen!

Vormittags Plenum

Im großen Plenum starten wir im Cinemaxx gemeinsam in den Tag und erwarten mit Spannung die Keynote von Bonin Bough (Pepsico), exklusive Ergebnisse einer KeyLens-Studie über Kundenerwartungen im Social Web sowie Einblicke in die Marketingstruktur von Electronic Arts. Anschließend geht es zu Fuß in kleinen Gruppen durch Münchens Glockenbachviertel auf, um in direkter Nachbarschaft das Potenzial von Social Media zu erkunden. Freuen Sie sich auf eine außergewöhnliche Tour in lockerer Runde!



Nachmittags Lokalkunde

Die Deutsche Bahn „im Schleudergang“ – DB-Social Media Manager Daniel Backhaus diskutiert mit Ihnen im Waschsalon, warum Twitter als CRM-Plattform nur mit hohen Drehzahlen funktioniert



Harte Zahlen im Reich der Buchstaben – wie sich der Erfolg von Social Media messen lässt, stellt Thomas Mickeleit, Director of Communications von Microsoft Deutschland, in der Buchhandlung vor.



Mit feiner Auslese zum Erfolg – in der Kaffeerösterei berichten Christoph Bühlen (Bosch) und Oliver Trabert (Globalpark), wie Bosch Power Tools über Facebook Kunden zu Multiplikatoren und Designern für die eigenen Produkte macht.



CMO-Circle 2011

Agenda

17. November 2011 | München

9.30–9.45 Uhr Einführung und Begrüßung

- Claus Hornung, FTD-Redakteur

9.45–10.15 Uhr Keynote

Reality Check: Is social media relevant and useful in an economic context? (Vortrag in englischer Sprache)

- Bonin Bough, Global Director of Digital and Social Media, PepsiCo

10.15–10.35 Uhr Studie

Was muss Social Media leisten können?

- Prof. Dr. Christoph Burmann, Lehrstuhl für innovatives Markenmanagement, Universität Bremen, und Vorsitzender des Aufsichtsrats, Keylens Management Consultants



Daniel Backhaus,
Deutsche Bahn,
DB Vertrieb



Bonin Bough,
Pepsico



Christoph Bühlen,
Bosch Power Tools

10.35–11.00 Uhr Vortrag

Social-Media-Erfolg ist kein Selbstzweck – wie man sich einer strategischen Nutzung annähert

- Archibald Graf von Keyserlingk, Managing Partner, Keylens Management Consultants

11.00–11.45 Uhr Pause mit Kaffee und Tee

11.45–12.15 Uhr Best Practice

Social Media@Allianz

- Joseph Gross, Executive Vice President at Group Market Management, Head of Group Market Management, Allianz

12.15–12.45 Uhr Best Practice

Next Level – wie Social Media bei Electronic Arts als „Runder Tisch“ funktioniert

- Dirk Schülgen, Marketing Director GSA, Electronic Arts

12.45–13.00 Uhr Resümee

13.00–14.00 Uhr Gemeinsames Mittagessen



Prof. Dr. Christoph Burmann,
Keylens Management
Consultants



Archibald Graf von Keyserlingk,
Keylens Management
Consultants



Joseph Gross,
Allianz

Lokalrunde

14.45 Die Lokalrunde beginnt

In kleinen Gruppen besuchen Sie drei reale Treffpunkte sozialer Kommunikation. Spannende Themen werden vorgelesen und von Ihnen in der Gruppe diskutiert. Nach jeweils 45 Minuten geht es für alle weiter zur nächsten Location.



Case Study: Wertschöpfung durch Wertschätzung – wie Bosch Power Tools „Brand Ambassadors“ im Social Web findet und aufbaut

Gewinner des Social CRM PIONIER 2011, Gewinner des CRM Best Practice Award 2011 Kategorie Social CRM

- Christoph Bühlen, Brand Management, Bosch Power Tools
- Oliver Trabert, CTO, Globalpark



Case Study Microsoft: Driven by numbers – Implementierung von KPIs und Measuring im internationalen Kontext

- Thomas Mickleit, Director of Communications, Microsoft Deutschland



Case Study Deutsche Bahn: Wie sich die Bahn auf Twitter den Kunden stellt

- Daniel Backhaus, Social Media Manager, Deutsche Bahn, DB Vertrieb

18.00 Ende der Lokalrunde

Alle Gruppen finden sich wieder zusammen.

18.00–18.30 Uhr Insight

Networking vom Feinsten mit Google Plus – was Sie schon immer wissen wollten, aber noch nie fragen konnten

- Jens Monsees, Industry Leader CPG & Healthcare, Google Germany

18.30 Uhr Get-together mit Networking



Thomas Mickleit,
Microsoft Deutschland



Jens Monsees,
Google Germany



Dirk Schülgen,
Electronic Arts



Oliver Trabert,
Globalpark

CMO-Circle 2011

Für Fragen und weitere Informationen kontaktieren Sie bitte

FAKTOR 3 AG

Konferenzpartner der FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND

Annette Korst

Telefon: 040/67 94 46-6117

a.korst@faktor3.de

Veranstaltungsort: Cinemaxx, Isartorplatz 8, 80331 München, und anschließende Lokallrunde im Glockenbachviertel

Anmeldemöglichkeiten und weitere Informationen finden Sie unter www.ftd.de/cmocircle

 www.xing.com/net/FTD_konferenzen

 www.facebook.com/FTDKonferenzen

 www.twitter.com/FTD_Konferenzen

 www.youtube.com/user/FTDKonferenzen

Sponsor

KEYLENS
MANAGEMENT CONSULTANTS

KEYLENS AG

Ludwigstraße 8

80539 München

www.keylens.com

Archibald Graf von Keyserlingk

Telefon: 089/21 31 93-0

Telefax: 089/21 31 93-11

archibald.keyserlingk@keylens.com



Globalpark AG

Kalscheuener Straße 19a

50354 Köln-Hürth

www.globalpark.de

Andreas Ritter

Telefon: 02233/79 33-6

Telefax: 02233/79 33-788

andreas.ritter@globalpark.com

Veranstalter



FAKTOR 3

FINANCIAL TIMES
DEUTSCHLAND

Wissen, was wichtig wird. Immer und überall.