

Social-Media-Konferenz: Content Marketing, Brand Management, Big Data

28.05.2013, 18:06 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Akademie des Deutschen Buchhandels*

Presseagentur: *Akademie des Deutschen Buchhandels*



Medienhäuser nutzen zunehmend das Social Web. Die Möglichkeiten sind vielfältig: Social Media können zum Beispiel Teil des Transmedia-Storytelling oder Content Marketings, aber auch Business-Modell mit Social-Advertising-Services sein. Doch wie sieht die optimale Kommunikationsstrategie in Social Media aus? Wie können Social-Media-Aktivitäten effizient und ressourcenschonend in die Verlagsabläufe integriert werden? Wie lassen sich mit Hilfe von Social Media neue Geschäftsmodelle und Produktkonzepte entwickeln?

Auf der 3. Social-Media-Konferenz der Akademie des Deutschen Buchhandels / E-Publishing Academy am 9. Juli 2013 im Literaturhaus München vermitteln Branchenexperten, wie Medienhäuser sowie Fach-, Special-Interest- und Publikumsverlage die passenden Social-Media-Strategien entwickeln und in ihren Strukturen implementieren können. In Vorträgen und Roundtable Sessions präsentieren sie zudem Best Practices für innovative Markenführung, effizienten Kundendialog und den langfristigen Umgang mit den wertvollen Social Data. Social-Media-Monitoring und Datenschutz sind ebenfalls Themen der Tagung.

Programm-Schwerpunkte sind u. a.

- Von Filter-Bubbles, Quantified Self und anderen Augmented Realities – Social Media und das Publishing Business
- What about ROI? Social Media Strategien und Geschäftsmodelle im B2B Publishing
- Out of the box – Social Media im Kundenservice und Onlinemarketing eines Fachverlages
- Content Marketing und Social Media – Manga-Storytelling auf Facebook & Co.
- You don't own your brand – Wie Markenführung trotz oder gerade wegen Social Media gelingt

Die Konferenz richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Social Media, Neue Medien, Marketing, PR und Kommunikation sowie an Programm, Produktmanagement und Geschäftsführung in Verlagen und Medienhäusern.

Referenten sind u. a. Jörg Blumtritt (Datarella), Prof. Tim Bruysten (richtwert), Stefan Eiselein (Vogel Future Group), Lutz Finger (Fisheye Analytics), Cordula Golkowsky (PricewaterhouseCoopers), Julia von dem Knesebeck (bilandia), Dr. Benedikt Köhler (d.core), Michael Krusche (Krusche & Company), Mathias Kruse (Egmont Verlagsgesellschaft), Dr. Ansgar Mayer (Computer Bild Digital), Tim Thomas Mauch (blogwerk), Linda Steglich (Verlag Walter de Gruyter) und Susanne Ullrich (brandwatch). Moderiert wird die Tagung von Steffen Meier (Verlag Eugen Ulmer).

Weitere Informationen zur Social Media-Konferenz und Anmeldung unter

http://www.buchakademie.de/konferenzen/epublishing/social_media_konferenz_2013.php

www.facebook.com/Buchakademie
www.twitter.com/Buchakademie_DE

Ansprechpartnerin für diese Pressemitteilung:

Judith Horsch

Leitung PR & Social Media

Akademie des Deutschen Buchhandels

Salvatorplatz 1

80333 München

089 / 29 19 53 - 65

E-Mail: judith.horsch@buchakademie.de

Portrait

Die Akademie des Deutschen Buchhandels zählt mit rund 3.500 Teilnehmern pro Jahr zu den führenden Medienakademien in Deutschland.

Mit ihrem Seminarprogramm, Konferenzen und Tagungen hat sie sich als anerkanntes Branchenforum etabliert.

Als Management- und Nachwuchsschmiede der Verlags- und Medienbranche bietet sie Programme zur Qualifizierung und Weiterentwicklung für Fach- und Führungskräfte.

News-ID: 722833 • Views: 238 (Stand: 06.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/722833/Social-Media-Konferenz-Content-Marketing-Brand-Management-Big-Data.html>