



Social Commerce FORUM

Mode, Lifestyle & Social Commerce

17. Juni 2009, Steigenberger Hotel Bad Homburg

Fallbeispiele präsentiert von

BuyVIP
Brands4Friends
Fahrrad.de
Jungstil
neckermann.de
Stylefruits
Stylight
Titus Mailorder

Keynote-Vorträge

Matthias Schrader,
SinnerSchrader

Mattias Miksche,
Stardoll.com

EINFÜHRUNGSSEMINAR

Grundlagen zum Social Commerce

16. Juni 2009, Steigenberger Hotel Bad Homburg

www.socialcommerceforum.de

Initiative

 **Social Web
WORLD**

Veranstalter

KongressMedia
Driving Business Innovation

Fokussierte Konferenz zu Potentialen und Best-Practices von Social Commerce

Social Shopping, Experience Shopping und Shopping Events sind die drei Strategieansätze des Social Commerce. Zu jedem Strategieansatz bietet das Social Commerce FORUM ein eigenes Panel mit mehreren Fallbeispielen. Die Erfolgsfaktoren und Erfahrungen werden jeweils herausgearbeitet, präsentiert und diskutiert.

Mode, Lifestyle und Social Commerce – optimale Käuferlebniskonzepte

Die Produktwelten aus Mode und Lifestyle eignen sich besonders für Community basierte E-Commerce-Konzepte. Sie erlauben kollektive und soziale Käuferlebnisse der Kunden. Das 2. Social Commerce FORUM im Juni setzt daher bei Best Practices von Fashion- und Lifestyle-Shops einen inhaltlichen Schwerpunkt. Die Ergebnisse daraus lassen sich gut auf andere Produktangebote übertragen.

Einführungsseminar am Vortag der Konferenz

Eine umfangreiche Übersicht und Systematisierung der Social Commerce Konzepte bietet das Seminar am Nachmittag des 16. Juni. Daneben erfahren die Teilnehmer wie Online Communities mit E-Commerce Angeboten korrespondieren. Am Beispiel Fahrrad.de werden Community-Aufbau und -Management präsentiert.

Weitere Informationen und Anmeldung

www.socialcommerceforum.de

Kooperationspartner

EXCITING COMMERCE
The Exciting Future of E-Commerce

Termine

16. Juni 2009, 13.30 – 18.00 Uhr
Seminar Grundlagen zum Social Commerce

16. Juni 2009, ab 20.00 Uhr
Abendveranstaltung – Teilnehmer der Konferenz oder des Seminars sind eingeladen an der Abendveranstaltung teilzunehmen.

17. Juni 2009, 09.00 – 17.30 Uhr
Konferenz Social Commerce FORUM

Veranstaltungsort

Steigenberger Hotel Bad Homburg
Kaiser-Friedrich-Promenade 69
61348 Bad Homburg

Für Teilnehmer steht im Veranstaltungshotel vom 15.6. bis zum 17.6. ein Zimmerkontingent zum Abruf zur Verfügung. Der Tagungs-Sonderpreis für das Einzelzimmer beträgt € 130,- zzgl. € 21,- Frühstücksbuffet. Buchungen können bis 4 Wochen vor Anreise unter Angabe des Stichworts „Kongress Media“ unter 06172/1810 direkt beim Steigenberger Hotel Bad Homburg vorgenommen werden.

Leistungen

Seminar

- Teilnahme
- Unterlagen
- Download-Zugang
- Persönliche Teilnahmeurkunde
- Abendveranstaltung am 16. Juni
- Kaffeepausen & Mittagessen

Konferenz

- Teilnahme
- Download-Zugang
- Abendveranstaltung am 16. Juni
- Kaffeepausen & Mittagessen

Teilnahmekosten

Seminar

€ 390,- zzgl. MwSt. (bei Anmeldung bis 15.05.09)
€ 490,- zzgl. MwSt. (bei Anmeldung ab 16.05.09)

Konferenz

€ 490,- zzgl. MwSt. (bei Anmeldung bis 15.05.09)
€ 690,- zzgl. MwSt. (bei Anmeldung ab 16.05.09)

Bundle-Preis Teilnahme Seminar und Konferenz

Bei gleichzeitiger Anmeldung für Seminar und Konferenz sparen Sie € 200,- zzgl. MwSt. auf den Gesamtpreis.

© Kongress Media GmbH
Knorrstr. 85 • D-80807 München
Telefon +49 89 2000 1463
Telefax +49 89 2000 1464
service@kongressmedia.de
www.kongressmedia.de

© Social Web WORLD ist eine geschützte Marke der Kongress Media GmbH

Grundlagen zum Social Commerce

16. Juni 2009

Online-Communities als Kundenbindungsmaßnahme und Nutzergetriebene Shopping-Konzepte – das ist Gegenstand der Social-Commerce-Konzepte. Im Seminar werden die Besonderheiten und Ansatzpunkte von Commerce-Communities und den neuen Konzeptansätzen praxisnah systematisiert und diskutiert.

Seminar Key Learnings

- Kritische Erfolgsfaktoren und Aktionspläne für Commerce Communities
- Übersicht und Systematisierung der Social Commerce Konzepte
- Erfahrungen und Einblicke in den praktischen Community Aufbau

13:30 Einführung und Vorstellung

14:00 Online-Communities als Konzept für den E-Commerce

- Welche Konzeptansätze gibt es im Bereich der Commerce Communities?
- Was sind die kritischen Merkmale erfolgreicher Commerce Communities?
- Welche strategischen Aktionspläne bieten sich für diese Konzeptausrichtung?

Björn Negelmann, Geschäftsführer, [n:sight]

15:30 Kaffeepause

15:45 Konzeptansätze im Social Commerce

- Was sind die Besonderheiten und Herausforderungen für Social Commerce Konzepte?
- Was sind die Konzeptansätze und Praxisbeispiele?
- Was sind die Erfolgsfaktoren von Social Commerce Konzepten?

Tim Hahn, Geschäftsführer, netz98

17:00 Best-Practice: Community-Aufbau und -Management bei Fahrrad.de

Steffen Gronegger, Web 2.0 Manager, Internetstores AG

17:30 Offene Fragen und Abschlussdiskussion

Social Commerce FORUM

17. Juni 2009

Die Referenten



Benjamin Günther
Geschäftsführer,
Stylight GmbH



Tim Hahn
Geschäftsführer,
netz98 new media gmbh



Ingo Heinrich
Geschäftsführer,
stylefruits GmbH



Nico Jung
Teamleiter Konzeption
eBusiness Solutions,
neckermann.de GmbH



Jochen Krisch
Branchen-
analyst und
Berater, Exciting
Commerce.com



Matthias Schrader
CEO,
SinnerSchrader
AG

Constantin Bisanz, Geschäftsführer,
Brands4Friends*

Markus Fuchshofen, Leiter E-Commerce,
Jungstil Handels GmbH*

Oliver Gausmann, E-Commerce Manager,
Titus Mailorder GmbH*

Gerald Heydenreich, Member of the Exec.
Board & Co-Founder, BuyVip S.L.

Dirk Lauber, Leiter E-Commerce,
Baur Versand*

Sebastian Wallroth, Director Innovation
and Cooperation, zanox.de AG

09:00 **Keynote: Mode 2.0 - Merkmale, Herausforderung und Strategieansätze**
Matthias Schrader, SinnerSchrader AG

09:30 **Keynote: Community und Commerce am Beispiel von Stardoll**
Mattias Miksche, Stardoll.com

10:00 **Diskussion: Herausforderungen und Potentiale beim Online-Modevertrieb 2.0**
Referenten der Session mit Dirk Lauber, Baur Versand*

10:30 Kaffeepause

Strategieansatz Social Shopping

11:00 **Fallbeispiel: Community-Erfahrungen eines Streetware-Versenders**
Oliver Gausmann, Titus Mailorder GmbH*

11:20 **Fallbeispiel: Erfahrungen mit der nLounge von Neckermann**
Nico Jung, neckermann.de GmbH

11:40 **Fallbeispiel: Community-Momentum nutzbar machen bei Stylefruits.de**
Ingo Heinrich, Stylefruits GmbH

12:00 **Diskussion: Erfolgsfaktoren bei Social Shopping**
Moderation: Jochen Krisch, ExcitingCommerce.com
Referenten der Session mit Sebastian Wallroth, zanox AG

12:30 Gemeinsames Mittagessen

Strategieansatz Experience Shopping

14:00 **Fallbeispiel: Rich-Media im Mode-Vertrieb**
Markus Fuchshofen, Jungstil Handels GmbH*

14:20 **Fallbeispiel: Visuelles Shopping-Erlebnis am Beispiel von Stylight**
Benjamin Günther, Stylight GmbH

14:40 **Diskussion: Erfolgsfaktoren beim Experience Shopping**
Referenten der Session mit Tim Hahn, netz 98 new media gmbh

15:10 Kaffeepause

Strategieansatz Shopping-Events

15:40 **Fallbeispiel: Zusammenspiel von Shopping-Clubs und Versendern**
Constantin Bisanz, Brands4Friends*

16:00 **Fallbeispiel: Stellschrauben bei Shopping-Events**
Gerald Heydenreich, BuyVIP S.L.

16:20 **Diskussion: Erfolgsfaktoren bei Shopping-Events**
Moderation: Jochen Krisch, ExcitingCommerce.com

16:50 Tageszusammenfassung & Ausblick

17:00 Get Together