

E-Commerce is over – Long live Social Commerce

(Wired Magazine, February 2011)

1. Social Commerce SUMMIT 2011

21. und 22. Juni 2011 | Rhein-Main-Hallen | Wiesbaden
+ begleitende Fachausstellung



Im Fokus: Zukunft F-Commerce

Wie Sie als Marke oder Händler Facebook erfolgreich als Verkaufsfläche nutzen

Themenschwerpunkte:

- **Selling with Social Media** – Einkaufen mit Freunden als neue Erlösquelle oder Tool zur Markenbindung?
- **Show me the Money** – Erfolgsbeispiele aus dem In- und Ausland
- **Deals, Places & Co.** – Wie Marken auf einen Schlag Zugang zu Millionen von Nutzern erhalten
- **Mobile Couponing** – Lokale Schnäppchen und Deals für die junge, web-affine Zielgruppe als Treiber für den stationären Handel
- **Spielend zu mehr Umsatz** – Wie der Gamification-Hype um Spiele, wie Farmville und Foursquare auch zum Umsatzbooster für Ihren Online-Shop wird
- **Empfehlungsmarketing im E-Commerce** – Was steckt hinter der neuen Macht der Verbraucher?
- **Social Shopping for Engaged Consumers** – Wieviel Interaktion will der Kunde?
- **The Future of Shopping Clubs** – Verkaufen im Community-Zeitalter als Dauerbrenner im E-Commerce
- **Social Crowdsourcing and User Generated Products** – Die Community auf dem Weg von Markenträgern zu Markenmachern

Jetzt anmelden!
www.conferencegroup.de/scs11

Es referieren und diskutieren u.a.:



Dr. Paul Marsden,
Syzygy Group



Willem Sodderland,
Buzzer
International/NL



Alper Iseri,
CinemaxX



Sheila Rietscher,
Kahla



Stephanie Weigand,
BURGER KING



Robin Funke,
L'Oréal
Deutschland



Dr. Björn Schäfers,
smatch.com



Sebastian Schmidt,
Groupon



Sven Bagemihl,
VZ-Netzwerke



Christopher Maaß,
brands4friends.de



Maik Königs,
elbkind



Bosko Todorovic,
edelight



Anna-Lena Radünz,
metapeople
Gruppe



Benjamin Esser,
URBANARA



Matthias Setzer,
PayPal SE



Dr. Florian Resatsch,
servtag/friendticker



Thomas Bernik,
QypeDeals



Daniela Block,
XING

Dr. Sebastian Sieglerschmidt, Geschäftsführer, 7trends | Sebastian Herold, Marketing & Vertrieb, dotSource | Thorben Fasching, Director Marketing & User Experience, hmmh multimediahaus | Marc Wrobel, Geschäftsführer DACH, Ybrant Digital | Stefanie Rätz, Partner Manager, Omikron Data Quality | Severin Lucks, Geschäftsführer, deLucks | Christian Clawien, Head of Social & Emerging Media, Interone | János Moldvay, Head of Data & Technology, Uniquedigital | Marco Ripanti, Geschäftsführer und Gründer, ekaabo | Ralf Mager, Online-Marketing Manager, LODENFREY Verkaufshaus | Tobias Ulmer, Vorstand & Gründer, WERBEWELT | Prof. Dr. Manfred P. Zilling, Professor für Wirtschaftsinformatik, Private Hochschule Göttingen | Lisa-Maria D'Alterio, Sales Director DACH, Bazaarvoice

Exklusiv-Partner: SYZYGY UNIQUE

Medienpartner: WEBSTANDARDS MAGAZIN

ONE@ONE
DIALOG ÜBER ALLE MEDIEN

HighText Verlag
Business 3.0
Wissensportal und Trendscouting für interaktive

IH
INTERNET
HANDEL

e-commerce
MAGAZIN

Eine Veranstaltung von:
the conference group
worldwide business events

In Zusammenarbeit mit:
HORIZONT
ZEITUNG FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

TextilWirtschaft
NEWS | FASHION | BUSINESS

Der Handel.
Das WirtschaftsMagazin für Handelsmanagement

Partner:
Bazaarvoice™

FACT-Finder®
Europe's leading conversion engine

Spreadly

Das Programm des 1. Social Commerce Summit 2011

1. Veranstaltungstag: Dienstag, 21. Juni 2011

Moderation: Mirko Lange, Geschäftsführer, talkabout communications gmbh (GPRA)

09.00 – 09.10

Begrüßung durch den Moderator und Einführung in den Kongress

Social Commerce – Trend, Hype und geniales Verkaufsinstrument

09.10 – 09.35

E-Commerce war gestern. S-Commerce ist heute

Anna-Lena Radünz, Business Development, metapeople Gruppe

09.35 – 10.00

Wie sozial kann der Online-Handel werden?

- Wie verändert sich das Kaufverhalten durch Social Media?
- Für welche Branchen bzw. Unternehmen ist dies relevant?
- Wie sehen erste Erfolgsbeispiele aus?
- Welche Rolle spielt Facebook?

Dr. Björn Schäfers, Geschäftsführer, smatch.com

Social Commerce Success Stories – Lernen von den internationalen Vorreitern

10.00 – 10.30 Keynote

F-Commerce & The Rise of the Social Consumer

The rise to dominance of Facebook has allowed businesses to cater to a new breed of consumer; the „social consumer“, consumers who shop with their social graph.

- Who is the social consumer?
- What do they want?
- How should we engage them?

Dr. Paul Marsden, Consumer Psychologist, Syzygy Group
(Vortrag in englischer Sprache)

10.30 – 11.00 Best Practise

Wie ein Lifestyle-Produkt social werden kann!

Social Commerce Kampagne am Praxisbeispiel der Integration eines exklusiven Produktes

Tobias Ulmer, Vorstand & Gründer, WERBEWELT AG
+ Referenzkunde

11.00 – 11.30 Kommunikations- und Kaffeepause

Besuch der begleitenden Fachausstellung

„Auf der Jagd nach dem Deal“

11.30 – 11.55

Community-Shopping nur für Freunde – der Dauerbrenner im E-Commerce. Marke, Preis und Emotion – das Erfolgsrezept von Deutschlands führendem Online-Shopping-Club

Christopher Maaß, Director Marketing, brands4friends.de

11.55 – 12.20

Collective und Local Buying Power - Wie Groupon den lokalen Social-Shoppingmarkt erobert

Sebastian Schmidt, Geschäftsführer, Groupon

12.20 – 12.45

PayPal's Shoptimist (Offers Group Buying and Sweepstakes) und die neuesten Social Commerce Trends für den Digitalen Konsumenten

Matthias Setzer, Leiter Geschäftskunden, PayPal SE

12.45 – 13.15

QypeDeals und LODENFREY – Praxiserfahrungen aus der Zusammenarbeit mit Couponing und Online-Empfehlungen.

Thomas Bernik, Head of Commercial Business, Qype GmbH und Gründer/Geschäftsführer, QypeDeals

Ralf Mager, Online-Marketing Manager, LODENFREY Verkaufshaus GmbH & Co. KG

13.15 – 14.15 Lunch- und Kommunikationspause

Besuch der begleitenden Fachausstellung

Zukunft F-Commerce - Die Relevanz von Facebook als Vertriebskanal

14.15 – 14.30

Impulsreferat

Turning „Like to Buy“ – Einkaufen mit Freunden auf Facebook als Verkaufsbooster für Marken und Handel

NN

14.30 – 15.00 Praxisbeispiel

Hotels über Facebook buchen – Selling on Facebook bei HRS

Ulf Valentin, Marketing Manager Brand & New Media, Hotel Reservation Service Robert Ragge GmbH (angefragt)

15.00 – 15.30 Praxisbeispiel

Facebook Deals – Die Verbindung von realer und digitaler (Kino-)Welt mit „Facebook Angebote“ – Ein Erfahrungsbericht von CinemaxX

Alper Iseri, Leiter Neue Medien und CRM, CinemaxX

15.30 – 16.00 Praxisbeispiel

50.000 Whopper für 50.000 Fans – Die Verbindung von Online- und Offlinewelt bei Burger King

Stephanie Weigand, Associate Manager Marketing Central European Division, BURGER KING Beteiligungs GmbH

Christian Clawien, Head of Social & Emerging Media, Interone

16.00 – 16.30 Kommunikations- und Kaffeepause

Besuch der begleitenden Fachausstellung

16.30 – 17.00 Diskussionsrunde

Wie werden mobile Innovationen wie Location Based Services und Augmented Reality den Social Commerce der Zukunft bereichern?

- Wie können Unternehmen und Marken ihr Engagement im Social Web monetarisieren?
- Wie viel Interaktion will und verträgt der Kunde beim „Echtzeit“-Shopping?
- Wie wird der Hype um Social Commerce auch zum Umsatzbooster für Online- bzw. stationäre Shops?
- Wie werden mobile Innovationen wie Location Based Services und Augmented Reality den Social Commerce der Zukunft bereichern?

Es diskutieren:

Ausgewählte Referenten des Tages

Show me the Money –

Was bringt Social Commerce Ihrem Shop/Ihrer Marke wirklich?

17.15 – 17.45

E-Commerce goes Social: Wie sieht eine optimale Integration in Ihren Online-Shop aus?

- Nationale und internationale Best Practises -

Stefanie Rätz, Partner Manager, Omikron Data Quality GmbH

Lisa-Maria D'Alterio, Sales Director DACH, Bazaarvoice Inc.

Spielend zu mehr Umsatz – Wie der Hype um Mobile Couponing und Location Based Services auch zum Umsatzbooster für Ihren Online-Shop wird

17.45 – 18.15

Mobile Couponing und Location Based Services für Fashion, Handelsmarken und Co.

– Wie Marken und Shops vom Spieltrieb der Konsumenten profitieren können

Dr. Florian Resatsch, Geschäftsführer, servtag GmbH/ freundticker

ca. 18.15

Ende des 1. Kongresstages

im Anschluss: **Messe-Party**

Zum Abschluss des ersten Veranstaltungstages findet die Messe-Party auf der Fachmesse Incentives & Cards 2011 statt. Nutzen Sie diese einmalige Möglichkeit, in ungezwungener Atmosphäre Ihre Partner, Kollegen und Dienstleister zu treffen und neue Kontakte zu knüpfen. Genießen Sie einen unterhaltsamen Abend bei Musik, Drinks und kulinarischen Köstlichkeiten.

Follow us:

 www.facebook.com/conferencegroup.de

 #scs11

Das Programm des 1. Social Commerce Summit 2011

2. Veranstaltungstag: Mittwoch, 22. Juni 2011

Moderation: Olaf Kolbrück, Redakteur, HORIZONT und Blogger, off-the-record

The Future of (Mobile) Social Commerce

09.00 – 09.30

Be Anywhere. Stay Connected. Shop Everywhere with Friends like YOU!

What is the Future of Mobility? What has the rise of the app done to the shopping experience? Where are we in adoption cycles, and what do consumers tell us about the trends in mobile applications?

Edward Kershaw, Vice President, Mobile Media EMEA, The Nielsen Company

Empfehlungsmarketing im E-Commerce – was steckt hinter der neuen Macht der Verbraucher?

09.30 – 10.00

Word of Mouth: it's not what people hear, it's what they repeat.

– The commercial power of social marketing –

Everybody knows that word of mouth is the most powerful marketing force.

But how do you turn 'buzz' into commerce and opinions into sales?

The speaker illustrates using a wide variety of examples.

Willem Sodderland, Founder & CEO of Buzzer, NL

10.00 – 10.30

Empfehlungsmarketing und was kommt danach?

Analyse und Next Steps, damit aus Empfehlungen neue Empfehlungen und Kunden werden.

Marco Ripanti, Geschäftsführer und Gründer, ekaabo

10.30 – 11.00

Neue Wege von Social Media und Empfehlungsmarketing im E-Commerce

Affiliate Marketing am Beispiel der Social Shopping Plattform edelight

Bosko Todorovic, Head of e-Commerce Solutions, edelight

11.00 – 11.30 **Kommunikations- und Kaffeepause**

Besuch der begleitenden Fachausstellung

Social Crowdsourcing and User Generated Products – Die Community auf dem Weg von Markenträgern zu Markenmachern

11.30 – 12.00 **Praxisbeispiel**

„RITTER SPORT Blog-Schokolade“ – Die erste Crowdsourcing-Schokolade

• „Von euch, mit euch, für euch. Die Blog-Schokolade!“. Von der Community wird gemeinsam eine neue Sorte kreiert, die dann von RITTER SPORT produziert wird.

• Von der Rezeptur über das Design bis hin zum Namen werden alle Entscheidungen zur neuen Sondersorte von den Kunden getroffen!

Maik Königs, Gründer und Geschäftsführer, elbkind

+ **NN**, Ritter Sport (angefragt)

12.00 – 12.30 **Praxisbeispiel**

Crowdsourcing – Zwischen Wünschen & Warten

Benjamin Esser, Chief Executive Officer (CEO) und Gründer, URBANARA GmbH

Social Branding and Best Offers

12.30 – 13.00 **Praxisbeispiel**

Zielgruppenorientiertes Social Branding und Selling am Beispiel integrierter Kampagnen auf XING

Daniela Block, Managerin Advertising & Partnerships, XING AG

13.00 – 14.00 **Lunch- und Kommunikationspause**

Besuch der begleitenden Fachausstellung

Social Commerce – The Opportunity for Brands

14.00 – 14.25 **Praxisbeispiel**

Vom Mut, der Erste zu sein.

Facebook - Chancen für junge Marken am Beispiel des Porzellanherstellers KAHLA

Sheila Rietscher, Marketingleiterin, KAHLA/Thüringen Porzellan GmbH

14.25 – 14.50 **Praxisbeispiel**

B to C to B – wie die Marke L'Oréal Professionnel Facebook nutzt.

Thorben Fasching, Director Marketing & User Experience, hmmh multimediahaus AG

Robin Funke, Digital Manager, L'Oréal Deutschland

14.50 – 15.15

facebook ad optimization – Performance-Optimierung von Facebook Ads

János Moldvay, Head of Data & Technology, Uniquedigital GmbH

15.15 – 15.40 **Praxisbeispiel**

Performance makes the Difference

• Wie lässt sich mit Datamining, Verhaltens-Targeting und Optimization die Effektivität im Social Media Advertising steigern

• Best Practises und Learnings aus Tausend und Einer brandaktuellen Facebook Kampagne

Marc Wrobel, Managing Director DACH, Ybrant Digital GmbH

NN, einer namhaften Brand

Einkaufen mit Freunden – Neue Erlösquelle oder Tool zur Marken- und Kundenbindung?

14.00 – 14.25 **Praxisbeispiel**

Selling with Social Media

Das Fashionportal 7trends in den VZ-Netzwerken

Sven Bagemihl, Vice President Sales, VZ-Netzwerke

Dr. Sebastian Sieglerschmidt, Geschäftsführer, 7trends

14.25 – 14.50

Social Commerce in der Praxis: Neue Shopkonzepte und Erfolgsbeispiele

Sebastian Herold, Marketing & Vertrieb, dotSource GmbH

14.50 – 15.15 **Praxisbeispiel**

Social Media für kleine bis mittelgroße Online Shops

Ein Erfahrungsbericht am Beispiel von www.pralinenatelier.de

Severin Lucks, Geschäftsführer, deLucks

Karin Ebelsberger, Inhaberin, www.pralinenatelier.de

15.15 – 15.40

„Mit 0 Euro zum Facebook Online Shop“

Generic Social Commerce: Hohe User Experience und Conversion durch integriertes

E-Commerce 2.0 in sozialen Netzwerken

Prof. Dr. Manfred P. Zilling, Professor für Wirtschaftsinformatik,

insbesondere E-Entrepreneurship & E-Business, Private Hochschule Göttingen

ca. 15.40

Ende des 1. Social Commerce Summit 2011

DREI Themen, DREI Zielgruppen – EINE PLATTFORM:

Parallel zum Social Commerce Summit 2011 und der Kongressmesse Incentives & Card finden statt:



21. und 22. Juni 2011 | Rhein-Main-Hallen | Wiesbaden



Das Programm finden Sie hier: www.conferencegroup.de/giftcard11



Klassik meets the New World!
Im Fokus: Mobile Payment – The next „Big Thing“

Das Programm finden Sie in Kürze hier: www.conferencegroup.de/payment11

Einladung zum 1. Social Commerce Summit 2011

Sehr geehrte Damen und Herren,

werben wo die Kunden sind. Das ist die Logik hinter vielen Fanpages und Marken bei Facebook, dürfte jedoch nur ein erster Schritt sein. Denn wo Kunden sind, da kann man Waren gut verkaufen, und so strecken Unternehmen zunehmend ihre Fühler aus und nutzen das Netzwerk auch als Transaktionsplattform.

Während Versender wie Otto für Teilsegmente eigene Webshops auf Facebook erproben, den Kaufvorgang nach der Wahl des Produkts dann aber auf das klassische Online-Angebot verlinken und dort abwickeln, bedienen zum Bsp. der Konsumgüterriese Procter & Gamble sowie Modeshop Asos ihre Kunden bereits innerhalb von Facebook und zeigen, wie es richtig geht.

Schon gilt **F-Commerce**, der Handel via Facebook, damit als neuer Evolutionszweig des E-Commerce. Der Vorteil liegt auf der Hand: der direkte Zugang zum Verbraucher, also 500 Mio. potentiellen Shoppers weltweit, sowie die Chance, Verkäufe direkt über soziale Netzwerke mit Mundpropaganda zu verknüpfen.

Der **1. Social Commerce Summit 2011**, den die Conference Group zusammen mit den führenden Medien des Deutschen Fachverlages HORIZONT, Textilwirtschaft und Der Handel erstmals am 21. und 22. Juni 2011 in Wiesbaden veranstalten, steht daher ganz unter dem Fokus:

Zukunft F-Commerce –

Wie Sie als Marke oder Händler Facebook erfolgreich als Verkaufsfläche nutzen

und behandelt alle wichtigen Fragen rund um die neue „Verkaufswaffe“.

Nach der Phase des reinen Ausprobierens geht es jetzt darum, zwischen Marke und Usern eine „Win-Win“-Situation zu schaffen, die dem User/Fan/Follower durch seine Interaktion mit der Marke einen fühlbaren Mehrwert bietet.

Durch werbliche Begleitung sowie spezielle Discount-Angebote und Incentives kann das Erlebnis des „Shoppingsausflugs mit Freunden“ und die Wahrnehmung bei den Fans noch gesteigert werden.

Kunden verbreiten mittels Coupons gleichzeitig Markennamen und Angebot im digitalen Freundeskreis, geben so quasi eine persönliche Empfehlung ab und wirken als Multiplikator. **Couponing** avanciert daher mittlerweile zum neuen Zaubertrick und Social Media- und Mobile-Trend der Zukunft.

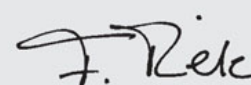
So richtig sexy aber wird Mobile Couponing per soziales Netzwerk erst, wenn es Marken und Händler verstehen, dies in konkreten Kampagnen zu integrieren und den Check-In dabei mit spielerischen Elementen anreichern. Die in den sozialen Netzwerken so begehrten **Games** könnten auch dem e-Commerce nutzen, wenn es darum geht, eine Kaufabsicht zu wecken, die Auseinandersetzung mit dem Produkt zu fördern oder eine Community zu beleben.

Profitieren auch Sie vom Social Commerce Hype und lassen Sie sich von Branchenvorreitern an zwei Tagen durch die neuen sozialen, interaktiven Shoppingwelten führen. Erfahren Sie, wie Sie mit Social Commerce und zukunftsweisenden Tools kurzfristig neue und interessante Zielgruppen, und damit Marktanteile gewinnen, Ihre Markenbekanntheit erhöhen und Ihre Umsätze steigern.

Wir freuen uns auf eine spannende Veranstaltung, hochkarätige Referenten und intensive Diskussionen mit Ihnen auf dem **1. Social Commerce Summit 2011** in Wiesbaden.



Dr. Erhard Böst
Geschäftsführer
The Conference Group GmbH



Franziska Thiele
Projektleiterin
The Conference Group GmbH

Begleitende Fachaussstellung

Auf der **begleitenden Fachaussstellung** haben Sie als Dienstleister, Vermarkter und Partner der Online-Marketing Branche die Möglichkeit, dem hochkarätigen Fachpublikum Ihre Ideen, Produkte und Lösungsansätze aus folgenden Themenbereichen vorzustellen:

• **Social Media Marketing** • **Social Commerce** • **Social Games** • **Suchmaschinenmarketing** • **Location Based Services** • **Payment** • **Mobile Couponing**

Sie sind interessiert, als Aussteller dabei zu sein?

Dann sichern Sie sich Ihre Ausstellungsfläche und fordern Sie umgehend weitere Informationen an bei The Conference Group, unter Telefon 069/75 95-30 21, per E-Mail an ausstellung@conferencegroup.de oder füllen Sie einfach das untenstehende Formular zur Anmeldung aus und faxen Sie es an folgende Faxnummer: 069/75 95-30 20.

Exklusiv-Partner:

SIZIGY Syzygy: Als europäische Agenturgruppe für interaktives Marketing mit rund 300 Mitarbeitern realisiert Syzygy ganzheitliche digitale Kommunikationsprojekte. Zudem betreut die Gruppe einige der größten Online-Media- und Suchmaschinenmarketing-Etats in Deutschland und Großbritannien. www.syzygy.net

unique uniuqdigital: gehört zu den führenden Online Marketing Agenturen in Deutschland und Großbritannien. Das Leistungsportfolio umfasst Mediaplanung, Suchmaschinen-Marketing und -Optimierung, Affiliate Marketing sowie Social Media und Conversion-Optimierung. Die Agentur ist Teil der Syzygy Gruppe. uniuqdigital.de

E-Mail-Partner:

eCircle

Partner:

Spread.ly – **Spreads your likes**
Die neue Schaltfläche von Spread.ly verteilt kommentierbares Feedback in Facebook, LinkedIn, Twitter und Google. Seitenbetreiber können sich fürs Feedback mit Gutscheincode bedanken und Social CRM betreiben, außerdem detaillierte Analysedaten einsehen.

FACT-Finder® **FACT-Finder**
Europe's leading conversion engine ist europäischer Marktführer für Suche und Navigation in Online-Shops. Mehr als 1000 Online-Shops vertrauen auf die Conversion Rate Steigerung mit FACT-Finder. Online-Shops konnten bereits kurz nach dem Einbau Umsatzsteigerungen von bis zu 25 Prozent messen.

Bazaarvoice

Fax-Anmeldung: 069 / 7595 - 30 30

Ja, hiermit melde ich mich/melden wir uns an zum **1. Social Commerce Summit 2011** am 21./22. Juni 2011 zum Preis von 890,- Euro zzgl. MwSt. pro Person.

Sonderaktion für „Schnellentscheider“: Wenn Ihre Anmeldung bis zum **15. Mai 2011** bei uns eingeht, erhalten Sie einen **Frühbucherrabatt** in Höhe von **200,- Euro** auf die Kongressgebühr.

Ja, ich bin/wir sind interessiert an **Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten**. Bitte senden Sie mir/uns Informationsmaterial zu.

Ich kann nicht teilnehmen, kaufe aber die **Tagungsunterlagen** (Download) zum Preis von 299,- Euro (plus MwSt.). (199,- Euro plus MwSt. für Studenten)

- 15 %

1. Name	2. Name	3. Name
<hr/>	<hr/>	<hr/>
Vorname	Vorname	Vorname
<hr/>	<hr/>	<hr/>
Position	Position	Position
<hr/>	<hr/>	<hr/>
Firma	Firma	Firma
<hr/>	<hr/>	<hr/>
Straße	Straße	Straße
<hr/>	<hr/>	<hr/>
PLZ/Ort	PLZ/Ort	PLZ/Ort
<hr/>	<hr/>	<hr/>
Telefon	Telefon	Telefon
<hr/>	<hr/>	<hr/>
E-Mail	E-Mail	E-Mail
<hr/>	<hr/>	<hr/>

Datum Firmenstempel Unterschrift

So melden Sie sich an:
per Post: The Conference Group GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main
per Telefax: 069 / 7595 - 3030
per E-Mail: info@conferencegroup.de
per Internet: www.conferencegroup.de
für Rückfragen: Telefon 069/7595 3024

Termin und Ort:
21./22. Juni 2011
Rhein-Main-Hallen Wiesbaden
Rheinstraße 20 | 65185 Wiesbaden
Tel.: 0611 / 144 - 0
Fax: 0611 / 144 - 118

Zimmerreservierung:
Folgende Hotels halten ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer bereit, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Das Kontingent steht Ihnen bis ca. 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „Social Commerce Summit“ vor.

Zielgruppe:
Zielgruppe der Veranstaltung sind Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsführung, sowie Leiter und leitende Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing/Vertrieb, Werbung/Multimedia, Online Marketing, Öffentlichkeitsarbeit/PR, IT Management, sowie Werbe-, Multimedia-, Social Media- und PR-Agenturen.

Zimmerreservierung:
Im Veranstaltungshotel haben wir ein Zimmerkontingent für die Kongressteilnehmer eingerichtet. Das Kontingent steht bis 6 Wochen vor Veranstaltungsbeginn zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel unter dem Stichwort „Social Commerce Summit 2011“ vor.

Kongressgebühr/Anmeldebedingungen:
Bitte nutzen Sie für Ihre Anmeldung den entsprechenden Vordruck. Die Gebühr für den Kongress beträgt Euro 890,- (zzgl. MwSt.) pro Person. Bei Anmeldungen bis zum 31. März 2011 gewähren wir einen Frühbucherrabatt von Euro 200,- auf die Kongressgebühr. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen teilnehmen, gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15 % Preisnachlass. Die Kongressgebühr beinhaltet die Kongressunterlagen, Erfrischungsgetränke und Mittagessen. Sie erhalten nach Eingang Ihrer Anmeldung eine Anmeldebestätigung und die Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei schriftlicher Stornierung bei The Conference Group bis 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von Euro 50,- (zzgl. MwSt.) pro Person erhoben. Maßgeblich ist immer der Eingang der Mitteilung beim Veranstalter. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers bzw. einer Abmeldung innerhalb der letzten 28 Tage vor Veranstaltungsbeginn wird die gesamte Kongressgebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann jederzeit gestellt werden. Der Veranstalter behält sich Referenten- sowie Themenänderungen vor.

Registrierung:
Der Kongresscounter ist jeweils eine Stunde vor Kongressbeginn zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Kongressteilnahme gelten Namensschilder, die vor Beginn ausgehändigt werden.

Zimmerreservierung:

Motel One Betriebs GmbH
Motel One Wiesbaden
Kaiser-Friedrich-Ring 81 | 65185 Wiesbaden
Telefon: 0611/450208-0; Fax: 0611/450208-10
EZ: 66,50 Euro inkl. Frühstück; DZ: 84,00 Euro inkl. Frühstück
E-Mail: Wiesbaden@motel-one.com; Internet: www.motel-one.com

Best Western Hotel Hansa
Bahnhofstraße 23 | 65185 Wiesbaden
Telefon: 0611/901240; Fax: 0611/90124666
EZ: 89,00 Euro inkl. Frühstück; DZ: 99,00 Euro inkl. Frühstück
E-Mail: info@hansa.bestwestern.de; Internet: www.hansa.bestwestern.de

Crowne Plaza Wiesbaden
Bahnhofstr. 10-12 | 65185 Wiesbaden
Telefon: 0611/1162-0
EZ € 129,00
Internet: www.crowneplaza.com