

PROGRAM | WEDNESDAY LIVE | GÖTEBORG | 8 DECEMBER 2010

08.30-09.00 | Registrering & kaffe

09.00-09.15 | **Var skapas framtidens affär?**



- Se mig
- Hör mig
- Var relevant i din dialog

Mats Gustafsson, grundare, **Wednesday Relations**

09.15-10.00 | **KEYNOTE Det sociala kommunikationslandskapet**



Facebook, YouTube, Twitter, Flickr, WordPress. Företeelser som för bara några år sedan var helt okända. Nu håller dessa företag på att rita om kartan för hur ett företag kan utveckla och kommunicera sina produkter. Johan visar hur, och tar oss med på en tur in i framtiden.

- Hur påverkar teknologin vårt sätt att kommunicera och göra affärer, vilken makt har konsumenten och hur skall du som företagare förhålla dig till den nya omvärlden?

Johan Ronnestam, creative director, konsult och entreprenör, **Ronnestam.com**

10.00-10.30 | **Att mäta framgång och effektivitet i sociala medier**



- ROI i sociala medier – bara en bluff eller är allt mätbart?
- Myter kring användandet av sociala medier i Sverige (och det handlar knappast om Twitter).
- Hur fungerar bevakning och monitorering i sociala medier?
- Hur ska jag bevaka och mäta som företag, och hur mäter jag effekten?
- Vad sker i framtiden? Är det du eller webbanalytikern som ska ta stafettpippen?

Simon Sundén, digital director, **Honesty**

10.30-11.00 | Kaffepaus

11.00-11.30 | **Vikten av att förstå konsumentkultur**



Genom att bättre förstå kultur och kulturella förändringar går det också att förstå konsumenterna på en mer genomgripande nivå.

Något som är absolut nödvändigt i en tid av mediefragmentering, generiska produkter och ombytliga konsumenter.

Katarina Graffman, filosofie doktor och antropolog, **Inculture**

11.30-12.00 | **CASE Du sköna nya omvärld – så utnyttjar SEB de digitala arenorna**



- En bild av vår syn på det digitala området
- Exempel på vad vi har gjort fram till idag
- Strategier, policys och guidelines
- Något om de utmaningar vi står inför

Annelie Gullström, Head of Digital Media Strategi, **SEB**

12.00-13.00 | Lunch

13.00-13.30 | **Juridikens roll i det nya kommunikationslandskapet**



- Vem äger vad i den sociala sfären?
 - Vad utgör intrång i företagets rättigheter och hur bevakar och beivrar man intrång?
 - Får mina anställda göra vad det vill eller hur får jag dem att göra det jag vill?
- Anders J Bergkvist**, advokat

13.30-14.00 | **Det bubblar i positioneringsvärlden!**



- Sedan Telia lanserade Friendfinder har varje år varit det är då positioneringstjänsterna skulle slå igenom i Sverige. Hur har det gått egentligen? Vilka andra tjänster finns och hur ser samspelet med sociala medier ut i ett online landskap som konstant kräver att kartorna ritas om?
- Hur ser landskapet ut och vilka är aktörerna?
 - Nyttan av geodata i en social kontext.
 - Tjänsteutbud och innovativa affärsmodeller
 - Hur ser framtiden ut?

Martin Snygg, ansvarig FPX Lab, **Future Position X**

14.00-14.30 | **CASE Hur kan varumärken engagera på riktigt?**



Karin Ernerot är Creative Director och ligger bakom några av Sveriges mest prisbelönta kampanjer bl. a. den aktuella **Rädda julen** för KRAFT/Marabou. En kampanj i sociala medier som bygger på människors speciella känslor för just "sin" pralin. Vid kampanjens slut hade 360 000 personer besökt sajten och närmare en kvarts miljon svenskar röstat kvar just sin favoritpralin i asken.

Karin Ernerot, creative director, **Karinskii**

14.30-15.00 | Kaffepaus

15.00-15.30 | **Kommunikation och påverkan i de sociala medierna**



Med avstamp i årets valrörelse analyseras nätets roll i påverkansarbetet. Har ni koll på vilka som är de stora påverkarna inom de sociala medierna? Och hur ser samspelet med traditionella medier ut?

Brit Stakston, mediestrateg och huvudförfattare till Politik 2.0 – konsten att använda sociala medier, **JMW kommunikation**

15.30-16.15 | **KEYNOTE Det nya (affärs)samhället – bortom all teknik**



Det gamla talesättet man ser inte skogen för alla träd varnar oss för att enbart se på delarna. Därför lyfter vi också blicken och ser de större perspektiven. Med Richards hjälp tar vi rejäl höjd på dom sociala medierna.

- Vi är mer än jag
- Var finns framtiden?
- Våga ta en kort förlust för en lång vinst!

Richard Gatarski, Ekonomie doktor, rådgivare och inspiratör, **Weconverse**