



Rahaf Harfoush
World Economic Forum, Geneva

Rahaf Harfoush
– fra lederteamet
i Obamas
valgkampanje



Paul Chaffey
Abelia



Henriette Hedløy
Halogen AS



Pål Hivand
Bærum kommune

Praktiske cases
og metoder

Temadag: 16. februar 2010

Sosiale medier

– muligheter og fallgruver

Sosiale medier - hvordan utnytte de nye mediene?

Sosiale medier er en unik og dynamisk arena for bedrifter til å kommunisere med sine kunder, media og andre interessegrupper. Stadig flere virksomheter har sett disse mulighetene og satser på en mer direkte og målrettet kommunikasjonsmetode gjennom nye medier.

Bruk av sosiale medier gir mange og nye muligheter, men her finnes også fallgruver som vil kreve forhåndskunnskap. Bør man utarbeide egne kjøreregler for bruk av sosiale medier i virksomheten? Hvor lønnsomt er det og hvilke medier skal man velge å satse på i sin virksomhet?

På temadagen 16. februar vil erfarne brukere fra både privat og offentlig sektor gi deg praktiske og gode råd om hvordan du skal navigere i dette komplekse landskapet. Sammen med presentasjon av en ny studie og praktiske cases vil dagen by på ny læring og inspirasjon samt diskusjoner med svar på de fleste spørsmål du måtte ha om sosiale medier.

Målgruppe

Kommunikasjon- og informasjonsansvarlige, markedsførere, daglige ledere, salgsansvarlige, beslutningstakere på tvers av bransjer og nivåer, samt andre interesserte.



Rahaf Harfoush, USA, deltok i lederteamet for Barack Obamas valgkampanje innen sosiale medier. Hun er ekspert og en dyktig strateg i bruk av sosiale medier. Harfoush arbeider i dag som Associate Director of Global Cooperation Initiative ved World Economic Forum i Geneve, hvor hun leder utviklingen av deres digitale kommunikasjonsplattform.

Harfoush har sin hovedinteresse innenfor hvordan teknologien påvirker kommunikasjon, jobbhverdagen og sosialiseringprosesser.

Hun er spesialist på å hjelpe organisasjoner med å integrere bruk av sosiale medier med bedriftens strategi, for å bygge relasjoner mellom kunder og ansatte.

I sitt innlegg presenterer Harfoush hvordan de arbeidet på innsiden av Obamas altomfattende og historiske mediekampanje. Presidentkampanjens meget vellykkede bruk av digitale medier analyseres nå av merkevare- og kommunikasjonsekspertene over hele verden.

Full av idéer, anekdoter og begeistring som påvirket Obamas kampanje, forteller Harfoush hvordan hun selv og andre i teamet jobbet. Med en mesterlig bruk av alt fra YouTube til Facebook og utsendelse av tekstbeskjeder til iPhone, dekket de alle kanaler.

Men som Harfoush selv sier: "Sosiale medier er instrumenter for å nå mål – et verktøy for å realisere en strategi". Basert på dette presenterer hun seks gode metoder som enhver kan ta i bruk i egen organisasjon.

Rahaf Harfoush er, på tross av sin unge alder, en meget inspirerende, karismatisk og populær foredragsholder som er ettertraktet over hele verden.

08.30 Registrering og morgenkaffe
Temadagleder: **Christine Korme**

09.00 Strategisk verktøy, eller nytt leketøy som stjeler tid?
Paul Chaffey, administrerende direktør, Abelia

What we did and did not do in the Obama campaign
Rahaf Harfoush, Associate Director of the Global Cooperation Initiative, World Economic Forum, Geneve

Spørsmål og svar

10.50 Pause med forfriskninger

11.10 Brukernes anvendelse og holdning til sosiale medier
- presentasjon av fersk studie
Anders Husa, masterstudent i strategisk markedsføringsledelse, Handelshøyskolen BI

Vår erfaring med kundeservice på Twitter
Lars-Erik Monsvik, utviklingsansvarlig, Telenor ASA

11.45 Lunsjpause – mingling og utveksling av erfaringer

12.45 Hvordan finne, vinne og styrke relasjoner?
Henriette Hedløy, rådgiver, Halogen AS

Legg til rette for nettverking – og behold kontrollen!
Edgar Valdmanis, markedsdirektør, Den Norske Dataforening

Kostnadseffektivitet - rekruttering via Linked-in
Gunilla Andersson, Senior Recruiter, Kelly Scientific Resources

Kommunebloggen "Bærum Beta"
– et verktøy for å involvere innbyggerne
Pål Hivand, kommunikasjonsrådgiver, Bærum kommune

14.30 Pause og benstrekk

14.50 Hvordan Arbeiderpartiet brukte sosiale medier i sin valgkampanje
- spilte det noen rolle for valgresultatet?
Pia Gulbrandsen, informasjonssjef, Arbeiderpartiet

Arbeiderpartiet ble vinner av den digitale valgkampen og vant også Farmandprisen Beste nettsted 2010.

15.30 Takk for i dag



Christine Korme
tidligere TV2

Foto: TV 2 AS



Paul Chaffey
Abelia



Anders Husa
Handelshøyskolen BI



Lars-Erik Monsvik
Telenor ASA



Henriette Hedløy
Halogen AS



Edgar Valdmanis
Den Norske Dataforening



Gunilla Andersson
Kelly Scientific Resources



Pål Hivand
Bærum kommune



Pia Gulbrandsen
Arbeiderpartiet

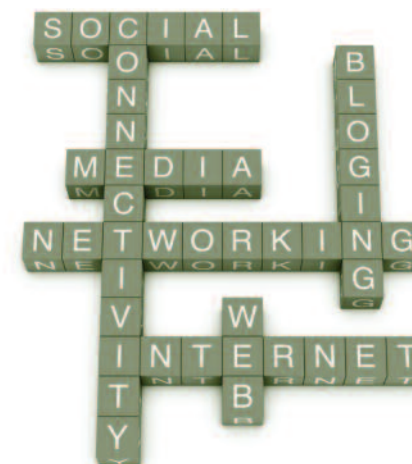
Praktisk informasjon

Tid: tirsdag 16. februar 2010 kl 09.00-15.30

Sted: Thon Hotel Vika Atrium, Oslo

Pris: 3.600,- per person
2.880,- per person for medlemsbedrifter av Oslo Handelskammer

Påmelding: www.bi.no/medier



Handelshøyskolen BI i samarbeid med Oslo Handelskammer

www.bi.no/kompetanseforum
www.chamber.no

Meld deg
på i dag!

Begrenset
antall plasser