

5. IT-Businessstalk

Trends im Future Internet

Social Media | Smartphones

Wie sexy muss eine Marke für Social Media sein? Der erfolgreiche Social Media-Start von claro

Was macht Marken und Unternehmen Social Media-tauglich? Müssen Facebook-User einen emotionalen Bezug dazu haben oder es einfach cool finden, Fan davon zu werden? Dieser Vortrag versucht zu verdeutlichen, dass es andere Werte sind, die den Social Media-Erfolg ermöglichen. Am Beispiel claro zeigen Karim-Patrick Bannour und Josef Dygruber, worauf es beim Start eines Social Media Engagements ankommt und wie wichtig die Zieldefinition und die Erfolgsmessung sind.



Karim-Patrick Bannour, ist Inhaber der Social Media-Agentur viermalvier.at. Vor über 12 Jahren hat seine berufliche Laufbahn in der IT-Branche begonnen. Bei Raiffeisen Salzburg war er von 1998-2002 zuerst in der IT-Betreuung der Filialen und der Schulung diverser Konzernprogramme tätig, dann in der Abteilung Internetbanking. 2002 begann er das Studium der Politikwissenschaft in Salzburg mit Auslandsjahr in Paris an der renommierten Grand-Ecole Sciences Po. Noch während des aktiven Studiums übernahm er den Aufbau und die Leitung der bis zu 10 Mitarbeiter starken Content-Redaktion der IQONIA imarketing GmbH, die für die Recherche, Aggregation und Verarbeitung von georeferenzierten Daten sorgte. 2009 hat er seine eigene Social Media-Agentur gegründet und arbeitet seitdem ausschließlich im Social Media-Bereich. Gemeinsam mit Anne Grabs hat er den Social Media Marketing-Bestseller "Follow me! – Erfolgreiches Social Media Marketing" bei Galileo Press geschrieben.