

# Platskonferensen 2011:

## Om platsmarknadsföring, varumärken och andra upplevelser

Välkommen till Platskonferensen 2011 på Victoriateatern i Malmö. 19 oktober väntar en fullspäckad förmiddag med föreläsningar om place branding, sociala medier och en workshop om platsers identitet. **Konferencier:** Carolina Fransson, Framtidens Affärer

### På programmet:

#### Kl. 8.30 – 9.10 Michael Nilsson. Det helhjärtade platsvarumärket – Om den interna förankringen

Inga platsvarumärken har obegränsade resurser, och ändå glömmar många platsmarknadsförare att utveckla sina viktigaste tillgångar; de egna medarbetarna och folket på platsen. Engagemanget är ofta den viktigaste förklaringsfaktorn bakom ett framgångsrikt varumärkesbygge. Michael går igenom vad du behöver tänka på för att förankra din strategi internt. Och visar hur du förvandlar de som arbetar i varumärkets vardag till fullfjädrade ambassadörer för varumärket.

Michael Nilsson är varumärkesstrateg på Manifesto och redaktör för Platskontoret.

#### Kl. 9.10 – 9.40 Maria Hillerström. Brandcaching och Spelet om varumärket Kl. 9.40 – 10.10 Fika

Maria Hillerström ger exempel på moderna sätt att förstärka upplevelsen av en plats, t.ex. hur du kan använda GPS-teknik för att få upp intresset för platsvarumärket genom så kallad *geocaching*. Dessutom demonstrerar hon ett nytt verktyg för den interna förankringen: *Spelet om varumärket*.

Maria Hillerström är start director på Manifesto och en av initiativtagarna till Framtidens Affärer.

#### Kl. 10.10 – 11.00 Workshop med Petra Lundin. Platsens identitet ... helt unik eller ganska lik?

Med Petra Lundins hjälp arbetar du dig successivt igenom identitetens olika delar i platsvarumärket. Efter workshopen har du en att-göra-lista som kan lägga grunden till framgångsrik varumärkesutveckling. Petra Lundin är designchef på Manifesto och styrelseordförande för DISK (Designer i Skåne).

#### Kl. 11.00 – 11.30 Michael Nilsson. Going Places – Platsmarknadsföring i sociala medier

Internationellt sett svarar platsvarumärken för några av de mest framgångsrika exemplen på marknadsföring i sociala medier. Michael visar både lyckade och mindre lyckade exempel och förklarar var platsmarknadsförare behöver tänka på när de utvecklar strategi för sociala medier.

Michael har givit ut två böcker om social media och trean kommer så småningom, dvs. i februari 2012.

Är du intresserad av marknadsföring i sociala medier, kan du även delta i eftermiddagens *The Workshop*, Sveriges största professionella workshop om sociala medier. För information: <http://framtidensaffarer.se>

#### Kl. 11.30 – 12.00 Diskussion och frågor och svar

Premiär för  
Framtidens Affärer:  
Platskonferensen  
och The Workshop



Michael Nilsson



Maria Hillerström



Petra Lundin



Carolina Fransson

**Datum:** 19 oktober 2011, kl 08.30 till 12.00.

(Registrering 08.00 till 08.30). Starttid: 08.30.

**Plats:** Victoriateatern, Södra Förstadsgatan 18 i Malmö.

**Pris:** 1500 kr exkl moms. Vill du även vara med på *The Workshop*, betalar du 2400 kr exkl moms för hela dagen. (Läs mer på: <http://framtidensaffarer.se>) Faktureras löpande i förväg. På grund av begränsat antal platser är anmälan bindande. Får du förhinder får du gärna skicka en kollega.

**Anmälan:** [info@manifesto.se](mailto:info@manifesto.se). Skriv »Platskonferensen« i ämnesraden, glöm inte att nämna om anmälan även gäller *The Workshop*. Anmäler du dig senast den 30 juni får du en digital bonus i form av *Den sociala revolutionen: Varumärkets guide till de sociala medierna* (pdf-version).

Framtidens Affärer är en studentinitierad eventserie i Manifestos regi. Fyra gånger om året presenterar vi ett hel- eller halvdagsevent med fokus på sociala medier, trender, rörlig bild och platsmarknadsföring.

