

THE SOCIAL BUSINESS CLUB®

Minikonferansen arrangeres av TANIA ELLIS – The Social Business Company®

Praktisk informasjon

Tid: Tirsdag 11. Februar kl. 13.00 - 17.00
Sted: MESH, Tordenskioldsgate 3, 0175 Oslo

Priser:

Ikke-medlemmer: 950 kr
Basic Club medlemmer: 650 kr
Premium Club medlemmer: inkludert i medlemskapet
Studenter & Start-ups: 250 kr

Priser er ekskl. MVA og inkl. kaffe, te og vann.

Minikonferansen er for deg som:

- Arbeider med kommunikasjon og samfunnsansvar (CSR)
- Er gründer og har startet en virksomhet med et sosialt formål
- Ønsker konkret inspirasjon og at lære av andres praktiske erfaringer
- Har lyst å treffe andre med interesse innen dette feltet
- Vurderer å bli medlem i The Social Business Club

Påmelding på www.amiando.com/minikonferanse_feb

The Social Business Club er et internasjonalt inspirasjonsnettverk for bedrifter og samfunnsinnovatører som jobber med eller har interesse for innovativ og bærekraftig forretningsutvikling som både skaper økonomisk og samfunnsmessig verdi. Basis medlemskap er gratis og du kan melde deg på her: www.socialbusinessclub.com

Bærekraftig kommunikasjon – samfunnsengasjement i ord & handling

En minikonferanse om hvordan din virksomhet kan kommunisere sitt samfunnsengasjement på en autentisk, gjennomslagskraftig og engasjerende måte.



Hvordan får du levendegjort bærekraft-rapporten eller på annen måte fortalt om alt det positive bedriften din gjør for samfunnet? Hvordan kan du bruke sosiale medier for å bygge ditt samfunnsansvarlige brand? Og hvordan håndterer du kommunikasjonen, og gjenvinner tilliten den dagen omdømmet slites?

Dette og mye mer vil du få konkrete eksempler på når vi igjen inviterer til minikonferanse i The Social Business Club i Norge.

Vi introduserer deg for den kommersielle virksomheten som har lagt bærekraft-rapporten på hyllen for å kommunisere sitt samfunnsengasjement gjennom andre kanaler, den sosiale entreprenøren som har opplevd positiv mediestorm uten å bruke en krone på branding, og den multinasjonale virksomheten som har lært at et godt omdømme er vanskelig å oppnå, men lett å miste.

Tania Ellis, dansk-britisk ekspert på sosiale og bærekraftige forretningstrender innleder minikonferansen ved å gi deg en oversikt over de siste internasjonale trendene innen bærekraftig kommunikasjon.

Program



Samfunnsansvarlig kommunikasjon – hvorfor & hvordan?

Hvordan kan virksomheter kommunisere deres samfunnsansvar? Hvorfor skal de gjøre det? Hva er fordelene og hvordan unngår man fallgruvene? Overblikk over internasjonale trends og best practice cases innen bærekraftig kommunikasjon.

Tania Ellis, Special advisor og gründer av The Social Business Company



Bærekraft-rapporten – verdiskapende eller bortkastet tid?

I Danmarks største IT-virksomhet har den obligatoriske bærekraft-rapportering krevd store ressurser, men gitt lite utbytte. I stedet satser de nå på CSR-kommunikasjon som engasjerer og involverer. Hvordan gjør de det i praksis – og hva får de ut av det?

Mikkel Klausen, CSR sjef, KMD Danmark



Sosiale medier – vinnerstrategien for en sosial entreprenør?

Hva gjør man når man ikke har et kjempe budsjett for å markedsføre samfunnsmissjonen for sin nystartede virksomhet? Hør hvordan den sosiale entreprenøren Epleslang har blitt landskjent ved hjelp av PR, kreativt bruk av sosiale medier og mye mer.

Anne Dubrau, Gründer, Epleslang



Godt omdømme vanskelig å oppnå – men lett å miste?

Selv om virksomheten arbeider seriøst og systematisk med bærekraft og samfunnsansvar, kan det likevel gå galt. Hva gjør man når den bærekraftige kommunikasjonen slår tilbake? Og (hvordan) kan man snu krisen?

Jan Kristensen, Direktør Business Sustainability Telenor Group

Minikonferanse moderator: Kia Klavenes, Partner, The Social Business Company Norway