



DANSK KOMMUNIKATIONSFORENING

INVITATION

KOMMUNIKATØRERNES DAG 2007

Kommunikationsprisen 2007

BRYD GRÆNSER!

Tør vi? Kan vi?

Hvad kræver det at trænge igennem på direktionsgangen,
hos medarbejderne, til kunderne og borgerne?

Vi sætter fokus på personligheden og fagligheden
og kårer året bedste kommunikatører

Mød blandt andre

KATIE KING, BALDER OLRİK, TRINE-MARIA KRISTENSEN
ASTRID GADE NIELSEN, DAVID TRADS, MORTEN GADE
HENRIK QVORTRUP, MARKUS BJØRN KRAFT, KRESTEN SCHULTZ JØRGENSEN

Konference med indlæg, workshops og prisoverrækkelser
Deltag i debatten om, hvordan vi bryder grænser og får gennemslagskraft
Vær med til at kåre vinderne af dette års kommunikationspris

Få ny viden og inspiration og styrk dit netværk mandag den 12. november 2007

Kommunikatørernes Dag i samarbejde med dagbladet Børsen 

INFOMEDIA

Kommunikationsprisen 2007 er sponsoreret af



Kommunikationsprisen 2007

HVAD PRISER VI?

Siden DKF for første gang uddelte Kommunikationsprisen i 2000 har målet været at skabe opmærksomhed om den gode professionelle kommunikation og at sætte standarder for branchen. God professionel kommunikation er målrettet og styret. Den involverer og forpligter ledelsen, den afspejler viden om og indsigt i målgruppen, den spiller på flere strenge og sidst, men ikke mindst kan dens effekt og værdi dokumenteres.

Med Kommunikationsprisen priser vi de bedste eksempler på god professionel kommunikation. Kommunikationsprojekterne bliver bedømt på, om de på overbevisende måde lever op til DKFs 5 kriterier for professionel kommunikation.

TO KATEGORIER

Landsdækkende kommunikationsprojekt
Regionalt/lokalt kommunikationsprojekt

REGLER

Alle kan indstille et kommunikationsprojekt til bedømmelse. Man kan indstille egne eller andres. Såvel store som små projekter kan komme i betragtning. Et projekt indstillet af 3. mand kan dog kun komme i betragtning, hvis den eller de involverede parter giver tilsagn om at stille op. Det er den involverede virksomhed, der kandiderer til prisen.

Kriterierne for professionel kommunikation skal være dokumenteret for at komme i betragtning. Se kriterierne og krav til beskrivelsen i indstillingsskemaet på www.kommunikationsforening.dk.

Kandidater, der nomineres til Kommunikationsprisen 2007, præsenteres på www.kommunikationsforening.dk og går videre til afstemning blandt deltagerne på Kommunikatørernes Dag den 12. november 2007.

Til bedømmelse indsendes

- indstillingsskema med materiale, der viser, at kriterierne er opfyldt
- evt. planche, der illustrerer projektet

Ved indstilling fra 3. mand skal ovenstående udarbejdes i samarbejde med den involverede part.

Frist for indsendelse af projekter

Projekter, der vil kandidere til priserne, skal være DKF i hænde senest fredag den 12. oktober 2007 kl. 12.

Indstillingsskema med materialer, der dokumenterer projektet, sendes til Dansk Kommunikationsforening, Strandvejen 100, 2900 Hellerup.

DOMMERKOMITE

Projekterne nomineres af en dommerkomite, der består af
Formand: Professor LARS THØGER CHRISTENSEN, Institut for Marketing og Management, SDU
Kommunikationsdirektør ANNE-MARIE ARLETH SKOV, Carlsberg Breweries A/S
Bestyrelsesformand NIELS BOSERUP
Kommunikationsdirektør HANS MOGENSEN, Energinet.dk
Kommunikationschef STEEN DAHL PEDERSEN, Kommunernes Landsforening
Adm. direktør og chefredaktør LEIF BECK FALLESEN, dagbladet Børsen
Partner OLE SCHMIDT PEDERSEN, Firstline Communication og formand for Dansk Kommunikationsforening

Prisvinderne udpeges af konferencedeltagerne

De nominerede projekter bliver offentliggjort på www.kommunikationsforening.dk og går videre til præsentation, vurdering og afstemning blandt konferencedeltagerne.

Kommunikatørernes Dag 2007

PROGRAM

Dirigent tv-vært, journalist og foredragsholder **KRESTEN SCHULTZ JØRGENSEN**

08.15 REGISTRERING og MORGENKAFFE

09.00 Velkomst

v/ partner OLE SCHMIDT PEDERSEN, Firstline Communication og formand for Dansk Kommunikationsforening

09.05 Forretningsmæssig værdi gennem sociale medier? Er det muligt?

v/ Lead Digital Strategist KATIE KING, Burson-Marsteller Europa

Hvor sociale er de sociale medier i virkeligheden? Er de blot et udtryk for en stigende selvfremstilling og identitetsafsøgning, eller er der en reel gevinst for en virksomhed ved at benytte sig af sociale medier? Hvad er spillereglerne for at deltage i den nye kommunikation?

Deltagerne fordeles på to spor

10.00 1. Facts og insight om viral markedsføring

Der har været sagt meget om viral markedsføring. Mange fra de traditionelle annoncekanaler vil gerne lægge det i graven som usikkert og uvirksomt. Andre vil gerne gøre det til markedsføringens hellige gral.

BALDER OLRİK, kreativ strateg og stifter af GoViral vil kaste lys over virkemidler og effektivitet af virale kampagner, baseret på statistisk data fra mere end 100 virale kampagner.

Sporet ledes af kommunikationschef LOTTE LETH-SØRENSEN, Tønder Kommune

10.00 2. Fremtidens kommunikation er social

De nye sociale medier stiller nye krav om åbenhed, deltagelse, socialitet og relevans. Men kan virksomhederne overhovedet deltage i den nye kommunikation? Kan man strategisk planlægge at have social kommunikation? Og hvad betyder det for kommunikatørens arbejde?

v/ adm. direktør TRINE-MARIA KRISTENSEN, Social Square

v/ kommunikationsrådgiver MORTEN GADE, Bysted

Sporet ledes af professor ANKER BRINK LUND, Copenhagen Business School

11.00 PAUSE

11.30 PERSONLIG BRANDING

Hvordan kan man være både chefredaktør for Se og Hør samt politisk kommentator og bevare troværdigheden i begge roller?

Hør chefredaktør og politisk kommentator HENRIK QVORTRUPs ultrakorte svar og skyd løs på ham

12.15 FROKOST

13.30 Mælk uden grænser

Få virksomheder har som Arla oplevet, hvad det vil sige, at grænser brydes. Senest i forbindelse med debatten om mælkepriser. Hør, hvad det har betydet for virksomhedens selvforståelse som national og global virksomhed og for den interne og eksterne kommunikation

v/ koncernkommunikationschef ASTRID GADE NIELSEN, ARLA

14.30 Nominerede projekter til Kommunikationsprisen 2007

De nominerede fremlægger deres projekter.

Derefter hemmelig afstemning blandt konferencedeltagerne

15.30 PAUSE - KAFFE

Deltagerne fordeles på to spor

16.30 1. Employer Branding gennem sponsorater

Hvordan laver man en kommunikationsplan, når man er afhængig af cykelholdets og Bjarne Riis' resultater? Virker sponsorater overhovedet som employer branding?

v/ adm. direktør MARKUS BJØRN KRAFT, Kraft og Partners og fhv. kommunikationsdirektør og rådgiver for CSC.

Sporet ledes af chef for virksomhedsudvikling TINA DONNERBORG, Dansk Industri

16.30 2. Nye spilleregler for at sætte dagsorden

Indlæg fra chefredaktør DAVID TRADS, Nyhedsavisen med flere
Sporet ledes af kommunikationsdirektør LARS L. NIELSEN, Finansrådet

17.30 Årets kommunikationspriser uddeles

Præsentation af vinderne ved formand for dommerkomiteen LARS THØGER CHRISTENSEN

18.00 DRINKS

19.00 MIDDAG

22.30 TAK FOR I DAG

TILMELDING TIL KOMMUNIKATØRERNES DAG

Mandag den 12. november hos Dansk Industri, H.C. Andersens Boulevard 18, København

Jeg ønsker at deltage i hele arrangementet fra 9.00-22.30

Det inkluderer konference, prisoverrækkelser, frokost, drink og middag med vin og kaffe

_____ Medlemmer af DKF 1475 kr.

_____ Abonnenter på dagbladet Børsen med levering derhjemme 1675 kr.

_____ Medlemmer af Dansk Journalistforbund eller Kommunikation og Sprog 1675 kr.

_____ Ikke-medlemmer af DKF og ikke-abonnenter på dagbladet Børsen 2075 kr.

_____ Jeg er studerende/ledig/på orlov. Medlemmer af DKF 825 kr. Ikke-medlemmer 1125 kr.

Jeg ønsker at deltage i konferencedelen fra 9.00-18.00

Det inkluderer konference, prisoverrækkelser og frokost

_____ Medlemmer af DKF 875 kr.

_____ Abonnenter på dagbladet Børsen med levering derhjemme 1075 kr.

_____ Medlemmer af Dansk Journalistforbund eller Kommunikation og Sprog 1075 kr.

_____ Ikke-medlemmer af DKF og ikke-abonnenter på dagbladet Børsen 1475 kr.

_____ Jeg er studerende/ledig/på orlov. Medlemmer af DKF 425 kr. Ikke-medlemmer 725 kr.

Jeg ønsker at deltage i arrangementet fra 17.30-22.30

Det inkluderer prisoverrækkelser, drink og middag med vin og kaffe

_____ Medlemmer af DKF 1025 kr.

_____ Abonnenter på dagbladet Børsen med levering derhjemme 1225 kr.

_____ Medlemmer af Dansk Journalistforbund eller Kommunikation og Sprog 1225 kr.

_____ Ikke-medlemmer af DKF og ikke-abonnenter på dagbladet Børsen 1625 kr.

_____ Jeg er studerende/ledig/på orlov. Medlemmer af DKF 725 kr. Ikke-medlemmer 1025 kr.

_____ **Jeg ønsker at tegne 3 mdr. abonnement på dagbladet Børsen leveret derhjemme løbende fra midt november for 490 kr. (værdi 775 kr.)**

Jeg vil gerne deltage i sporet (kun et kryds i hver kolonne)

Formiddag

Eftermiddag

_____ **Facts og insight om viral markedsføring** _____ **Employer Branding gennem sponsorater**

_____ **Fremtidens kommunikation er social** _____ **Nye spilleregler for at sætte dagsorden**

Navn _____

Virksomhed _____

Tilmelding senest den 5. november til DKFs sekretariat online på www.kommunikationsforening.dk,
fax 3393 9068 eller på dansk@kommunikationsforening.dk. Alle priser er uden moms.

Når vi har din tilmelding, sender vi bekræftelse/faktura, som bedes betalt inden konferencen.
Tilmeldingen er bindende, men bliver du forhindret, er du velkommen til at sende en kollega.

Kommunikatørernes Dag sponseres af



- CITIZEN DANE

- BYSTED

