

# **SATS VESTERBRO**

## **Sociale medier og kunderelationer**

### **Baggrund**

SATS Vesterbro ønsker at benytte sig af de sociale medier i rekruttering af nye medlemmer. SATS Vesterbro er kendetegnet ved den personlige kontakt, den hyggelige stemning og vil gerne være det foretrukne valg af fitness center for den lokale Vesterbro beboer.

### **Udfordringen**

*Lav en plan for brugen af sociale medier i SATS Vesterbro i forhold til rekruttering og fastholdelse af medlemmer.*

### **Succeskriterier**

SATS Vesterbro ønsker følgende kriterier opfyldt:

- Bygger på SATS-kulturen kendetegnet ved personlig kontakt , hygge og lokal forankring.
- Involverer eksisterende kommunikationstiltag
- Forholder sig til lokaliteten på Vesterbro

### **Forløb**

Casen anvendes til en 1-dages workshops i forbindelse med overbygningskurserne Tværmedial Kommunikation & Humanistisk Entreprenørskab ved Det Humanistiske Fakultet, Københavns Universitet. Workshopdagen 2. maj 2011 er udviklet og faciliteres af Katalyst.

### **Kontaktpersoner**

Jesper Lee Jyderup  
Innovationskonsulent, Katalyst – Afdeling for  
humanistisk innovation  
Mail: [jyderup@hum.ku.dk](mailto:jyderup@hum.ku.dk)  
Mobil: 51 48 94 23

Marjanne Kurth  
Innovationskonsulent, Katalyst – Afdeling for  
humanistisk innovation  
Mail: [mkurth@hum.ku.dk](mailto:mkurth@hum.ku.dk)  
Mobil: 24 80 47 27

### *Kursusansvarlig*

Ezio Pillon  
Ekstern lektor  
Mail: [pillon@hum.ku.dk](mailto:pillon@hum.ku.dk)  
Mobil: 40 14 05 50

### *Opdragsgiver*

SATS Vesterbro  
Træningskoordinator  
Anne K. Lund  
Mail: [anne.lund@sats.com](mailto:anne.lund@sats.com)