

DAJANA EDER



EXPERTENMEINUNG

Der Einsatz von Live-Marketing Tools ist in unserer wirtschaftlichen Lage wichtiger denn je. Um im Wettbewerb zu bestehen zählt die Nähe zum Kunden. Diese erreicht man durch noch nie da gewesene Möglichkeiten, die uns das Web 2.0 bietet. Doch die Umsetzung birgt Gefahren und die Implementierung muss akribisch geplant sein!

simplemind

EVENT DESIGN



EVENT DESIGN

LIVE EVENT

WEB 2.0 - FOLLOW ME

LIVE EVENT

KOMMUNIKATIONSSITUATIONEN REALISIEREN UM VERKAUFS- UND IMAGEFÖRDERNDE ZIELE ZU ERREICHEN!

Fragen Sie sich ob Sie mit Ihrem Kommunikationsmodus dem Trend folgen?
Brauchen Sie Unterstützung in der Aktivierung neuer Kommunikationskanäle?
Suchen Sie einen direkten und besseren Draht zu Ihren Kunden?

Unter Life-Event versteht man den gekonnten Einsatz von Social Media Kanälen als Kommunikationsbestandteil vor und während dem Event. Der Besucher wird geleitet, Informationen an seine Mitmenschen zu twittern oder über Facebook mitzuteilen. Diese Aktionen werden im Vorfeld so aufbereitet, dass die veröffentlichten Informationen der Marketingstrategie entsprechen.

Eventmarketing hat sich in den letzten Jahren stark entwickelt. Wichtiger denn je ist heute der richtige Aufbau einer emotionalen und individualisierten Kundenbeziehung. Die integrierte und vernetzte Kommunikation als Marketingtool bildet die direkte und persönliche Ansprache der Zielgruppen sowie der Umsetzung von image- und verkaufsfördernden Zielen.

Der einladende Messestand ist dabei genau so wichtig wie die Produktpräsentation, die Pressekonferenz oder ein Mitarbeitererevent.

Da die Öffentlichkeit immer sensibler auf Markenversprechen reagiert, erfordert die Einlösung dieses Anspruchs exzellent ausgebildetes Personal mit solidem wissenschaftlichem Wissen als Basis. Feingefühl im Einsatz von modernen Kommunikationskanälen ist gefragt.

IHR PERSÖNLICHER NUTZEN:

Sie lernen, Event-Marketing als Schlüssel zu Ihren Kunden einzusetzen. In der Interaktion Käuferverhalten zu erkennen und Markenstrategien mit Hilfe neuer Kommunikationskanäle zu transportieren.

ZIELGRUPPE:

Alle jene, welche in der Unternehmenspolitik mit verkaufs- und imagefördernden Ansprüchen konfrontiert sind.

WEB 2.0 - FOLLOW ME

NICHT DIE QUANTITÄT DER FANS IST AUSSCHLAGGEBEND SONDERN DIE QUALITÄT.

Ihr Wettbewerb twittert schon - brauchen auch Sie Facebook und Co?
Sind Sie mit Ihrem Newsletter am neuesten Stand und wird dieser gelesen?
Was ist Web 2.0 eigentlich und was bringen Ihnen Social Media?

Web 2.0 bietet Unternehmen und Zielgruppe eine noch nie da gewesene Kommunikationsebene. Jedoch dient nicht jede Plattform Ihrer Unternehmenspolitik gleichermaßen.

Da der Informationsaustausch in Echtzeit erfolgt bietet dieser unermessliche Möglichkeiten aber gleichzeitig auch Stolperfallen. Daher erfordert die Implementierung einer Web 2.0 Strategie in das bestehende Unternehmenskonzept einen exakten Maßnahmenplan.

Social Media ist das neue Kommunikationsmedium mit vielen nutzbaren Kanälen. In unseren Workshops finden wir heraus was davon in Ihr Unternehmenskonzept passt, was die Trends und Perspektiven sind und bieten einen allgemeinen Überblick.

Markteinführungen oder Präsentation von Produkterneuerungen, über Social Media als Marketingtool, werden Ihnen in Zukunft einiges an Werbekosten einsparen, denn das direkte Kundenfeedback wird maßgeblich die Bewerbungen verändern. Sie können kurzfristig auf Kundeninteresse mit Aktionen oder wenn notwendig mit Veränderungen reagieren.

IHR PERSÖNLICHER NUTZEN:

Nutzen Sie zukünftig gekonnt das Potenzial des Web 2.0 und Social Media um Marketingleistungen sichtbar zu steigern und Ressourcen effizienter einzusetzen.

ZIELGRUPPE:

Alle jene, welche in der Unternehmenspolitik mit neuen und modernen Kommunikationssituationen konfrontiert sind.