RAUCHFREI DURCHSTARTEN

Meister des Marketings

Jubiläum: zum fünften Mal bringt ExtraDienst das Ranking der Marketingleiter. In krisengebeutelten Zeiten stehen die Meister des Marketings an der Front. Wer diese Challenge 2009 am besten bewältigte, beurteilten 25 Experten.

weiterlesen...

faktum.
FM
Das Online-Portal zur Zeitschrift POKER MAGAZIN EINFACH. BESSER. SPIELEN.

Macht der Konsumenten

Der DMVÖ widmete sich am 19. Mai 2010 bei der Wissensplattform P.O.M. den neuen Dialog-Formen.

Im Web 2.0 hat der Konsument die Macht – die Konklusion der Experten: Modernes Dialog Marketing trifft die Mächtigen mitten ins Herz. Gestern, am 19. Mai, fand erstmals die Wissensplattform Point of Marketing (P.O.M.) statt. Veranstalter des disziplinübergreifenden Kongresses waren ÖMG, DMVÖ (Dialog Marketing Verband Österreich) und designaustria. Zukunftsorientiert gab sich der DMVÖ gegenüber mehr als 600 Besuchern und stellte die Frage „Macht der Konsumenten – Ohnmacht der Marken?“ Beantwortet wurde die These mittels Vorträgen von Experten der neuen Dialogformen.

„Die Welt ändert sich, die Wirtschaft ändert sich und wie immer kommen die Dinge langsam, kaum merklich in Bewegung, bis sie dann aber dramatisch schnell und drastisch sichtbar werden. Wir stehen vor einem Paradigmenwechsel in der Kommunikation“, begründet DMVÖ Präsident **Anton Jenzer** (GF der Schober Information Group Österreich und CEE) das Engagement seines Verbandes. Laut DMVÖ bestimmen nicht mehr die Marken die Art, den Umfang und den Kanal der Kommunikation, sondern der Konsument. Selektiv und selbstbestimmt schenkt der Konsument nur jenen Unternehmen seine Gunst, die für ihn persönlich relevant sind. „Die Macht der Konsumenten erzwingt ein Umdenken. Die neue Formel heißt nicht ‚Wer laut schreit, wird gehört‘, sondern nur ‚Wer näher steht, wird gehört‘“, so Jenzer. Mit der Teilnahme am P.O.M. ermöglichte der DMVÖ einen möglichst breiten und tiefen Einblick in die heimische Marketingbranche.

Kommunikation, die ins Herz trifft

Um die brennenden Fragen des modernen Dialogs zu beantworten, schickte der DMVÖ mehrere ExpertInnen ins Rennen. Als Keynote-Speakerin stellte ambuzzador CEO **Sabine Hoffmann** die soziale Markenführung ins Licht der digitalen Reputation. „In der Markenführung geht es nicht mehr ausschließlich um bunte Bilder, kostspielige Events und Hochglanzprospekte. KonsumentInnen finden und suchen im Netz die Spuren anderer KonsumentInnen rund um deren Erlebnisse mit Produkten“, so die Expertin.

Das Urbedürfnis der Konsumenten

Für Dialogschmiede CD Klemens Huber ist der moderne Dialog keine neue

ED Aktuell

Neue Meisterstücke der Eventwerkstatt (01.06.10)

pjure für Stiefelkönig (01.06.10)

KURIER.at setzt auf crossmediale Zukunft (01.06.10)

Unique feiert Jubiläum (01.06.10)

Grayling und H&P gewinnen Oesterreichs Energie (01.06.10)

gantnerundenzi erneut anstößig (01.06.10)

In eigener Sache: Mucha-Hochzeit (31.05.10)

Neue Imagekampagne für NEWS (31.05.10)