06.03.2013 – 10:39 Uhr

Zusammenspiel von Marketing und Verkauf am Schweizerischen Marketing-Tag 2013

Olten (ots) -

Über 1000 Marketer konferierten am 5. März 2013 beim Schweizerischen Marketing-Tag im KKL Luzern zum Verhältnis von Marketing und Verkauf: "Von Jägern und Treibern - oder wie Verkauf und Marketing gemeinsam zum Blattschuss kommen".

Nach der Begrüssung durch Uwe Tännler, Präsident Swiss Marketing, das den Anlass organisiert, und Jan Remmert, Leiter Marketing PostMail, "Die Schweizerischen Post", bot Susanne Wille eine charmante Einführung in das Tagesprogramm und kündigte gleich den ersten Keynote Speaker an.

Strategen, Futuristen und Hardselling-Experten

Prof. Hermann Simon, Gründer und Chairman Simon Kucher & Partners mit dem Thema Hidden Champions - Aufbruch nach Globalia. Er beschwor die Unternehmen des deutschsprachigen Raums als Speerspitze beim Aufbruch in die globalisierte Welt und betonte die Rollen Asiens und Afrikas in der Weltwirtschaft. Was Unternehmen extrem erfolgreich macht, verriet Chester Elton, nämlich eine Marketingkultur des Verkaufs.

Retail-Futurist Douglas Stephens versuchte den interessierten Zuhörern zu vermitteln, was seiner Ansicht nach Unternehmen auch in Zukunft erfolgreich macht und Jolly Kunjappu der Mann ohne Beruf, fühlte sich berufen allen Unternehmern Mut zu machen, Veränderungen für mehr Erfolg zu ermöglichen.

Von den Teilnehmern des Marketing-Tags wurden auch die weiteren Referenten honoriert: Frank Bodin, Chairman und CEO der Havas Worldwide Switzerland, machte sich für den Erhalt der Kreativität in digitalen Zeitalter stark.

Philipp Sauber, Partner bei der INM AG, der One-Stop-Shop für Online-Marketing, Web-Lösungen und E-Commerce verriet den rentablen Dreh im Online-Marketing: die INM Matrix - und warum Online Marketing nur gesamtheitlich funktioniert.

Prof. Dr. Oliver Hinz, Professor für Wirtschaftsinformatik insb. Electronic Markets an der TU Darmstadt, Träger des Schmalenbach-Preises 2008 für Nachwuchs-wissenschaftler befasste sich in seinem Referat mit Innovationen im Bereich Pricing.

Steffen Wippel, Mitglied in der Geschäftsleitung von IBM, Marketing & Communications Executive IMT Alps in Zürich, erläuterte, wie Marketing und Sales basierend auf Datenanalysen gemeinsam einen Wettbewerbsvorteil erzielen können.

Alexander Kühnen, Country Managing Director von Unilever Schweiz, verriet sein Geheimnis des Erfolgs und Martin Limbeck, Verkaufstrainer und Hardselling-Experte machte unmissverständlich klar, worauf es beim Verkaufen ankommt.

Das Bonbon des Tages lieferte die Showeinlage der "The Italien Tenors", Aldo Bertolo, Niclas Oettermann, Ramtin Ghazavi und Daniel Moos am Klavier & Moderation. Sie sind auf den besten Bühnen der Welt zuhause von Europa bis Südamerika. Dieser exquisite musikalische Genuss wurde optisch vollendet von der Tänzerin Katrin Alexandrova.

Viel Zeit für wertvolles Networking

Wie immer bot auch dieses Jahr das KKL ideale Plattformen für Networking, die alle Teilnehmer nutzten, um zahlreiche neue Geschäftskontakte zu generieren - in angenehmer Atmosphäre und bei bester Verpflegung. Der Schweizerische Marketing-Tag hat sich 2013 ein weiteres Mal als Impulsgeber der Schweizer Marketing Welt erwiesen, der auch für die Zukunft viel Anregendes verspricht.

Kontakt:

Uwe Tännler
OK-Präsident Schweizerischer Marketing-Tag
Baslerstrasse 32
4600 Olten
E-Mail: uwe.taennler@marketingtag.ch
Tel.: +41/44/777'18'88
Web: www.marketingtag.ch

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100001305/100734061 abgerufen werden.