

05.03.2014 - 14:54 Uhr

Value-based Marketing am Schweizerischen Marketing-Tag 2014

Luzern (ots) -

Mehr als 1000 Marketer konferierten am 4. März 2014 beim Schweizerischen Marketing-Tag im KKL Luzern über Produktmanagement, Marktbearbeitung und wertsteigernde Strategien, die sich gezielt an von Kunden honorierten Mehrwerten orientieren.

Nach der Begrüssung durch Uwe Tännler, Präsident Swiss Marketing und Reto Brotschi, Leiter Direct Marketing PostMail, Post CH AG, bot Anchorwoman Susanne Wille eine charmante Einführung ins Tagesprogramm.

Erprobte Mehrwertstrategien

Einer der profilierten Keynote Speaker war Ron Kaufmann, Lehrer und Motivator für höchsten Kundenservice und Servicekultur, Gründer von UP! Yours Service. Er betonte in einem packenden Referat die gesteigerte Erwartungshaltung der Kunden in nahezu allen Branchen und bot den perfekten Service als Antwort darauf an. Georges A. Kern CEO der Uhrenmanufaktur IWC Schaffhausen erläuterte die Werte, die eine Luxusmarke unbedingt vermitteln muss, um erfolgreich zu sein. Sahar Hashemi Unternehmerin, Mitbegründerin von Coffee Republic schilderte einem sehr interessierten und begeisterten Publikum, wie man in Grossbritannien, einem Land von Teetrinkern, äusserst erfolgreich Kaffee verkauft. Und Prof. Dr. Andreas Herrmann, Direktor Forschungszentrum Customer Insight, Universität St. Gallen, HSG nahm emotionale Entscheidungen, Referenzpunkte, irrationales Verhalten und Umfeldeinflüsse unter die Expertenlupe.

Martin Betschart, Motivator, Redner, Trainer und Autor erläuterte, wie man den Kopf für Gewinnerideen frei bekommt. Andreas Aebi, OK- Präsident des Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest in Burgdorf verriet interessante Details über das Marketing des grössten Sportanlasses der Schweiz. Dr. Elena Hubschmid, Group HR Projects Manager Angst+Pfister betonte, wie wichtig Mehrwert durch Ausbildung für das Marketing ist. Thomas Truttmann, Marketing & Communications Director McDonald's, Head of Sports Europe, erzählte eine Fastfood- Krisengeschichte, die sich durch die richtige Strategie in einen überwältigenden Erfolg verwandelte. Christian Rätsch, CEO, Saatchi & Saatchi, Deutschland stellte die Beziehung zwischen Technologie und Erfolg klar und strich in diesem Zusammenhang die Bedeutung der digitalen Kundenbeziehung heraus.

Das Bonbon des Tages lieferte die Showeinlage von Dr. Oliver Tissot, mittelfränkischer Kabarettist und studierter Soziologe

Eine Umfrage unter den Teilnehmenden ergab weitgehend Zufriedenheit mit dem gesamten Event. Ganz besonders positiv erwähnt wurde immer wieder der Beitrag von Sahar Hashemi, eher kritisch bedacht wurden "Referenten bei denen die Werbung für das eigene Unternehmen sich etwas zu sehr in den Vordergrund gedrängt hatte"- O-Ton Ursula Käser Aebi, Post Finance.

Viel Zeit für wertvolles Networking

Das KKL Luzern bot auch diesmal ideale Plattformen für angenehmes Networking, die alle Teilnehmenden nutzten, um zahlreiche neue Geschäftskontakte zu knüpfen - in angenehmer Atmosphäre und bei bester Verpflegung. Alles in Allem war der Schweizerische Marketing- Tag auch in diesem Jahr Impulsgeber der Branche und das Value-based Marketing-Event des Jahres.

Kontakt:

Uwe Tännler
OK-Präsident Schweizerischer Marketing-Tag
Baslerstrasse 32
4600 Olten
uwe.taennler@marketingtag.ch
+41 44 777 18 88
www.marketingtag.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001305/100752397> abgerufen werden.