

17.11.2014 - 11:05 Uhr

Campaigning Summit Switzerland 2015: Schluss mit Nett-Working

Zürich (ots) -

Die USA sind in Sachen Campaigning Vorreiter - mit einem ganzheitlichen Ansatz, bei dem alle Register gezogen werden, um Ziele zu erreichen. Die Schweiz hingegen setzt traditionell eher auf Nett-Working und gerät dann manchmal in die Defensive. Damit sich das ändert, und noch mehr, findet am 13. März 2015 in Zürich zum dritten Mal der Campaigning Summit Switzerland statt. Mit fünf internationalen Top-Referenten zu weiteren Themen wie Digitale Revolution, Branchen im Umbruch, Mitarbeiter bewegen, Online-Offline richtig gestalten und Big Data in gute Strategien übersetzen.

Zürich wird wieder ein Mekka des Campaigning, wenn sich Pioniere und Anhänger dieser Methodik aus der ganzen Schweiz, mehreren Ländern Europas und den USA zusammenfinden, um die neuesten Trends und Techniken zu diskutieren, wie man Menschen bewegt, um anspruchsvolle Ziele zu erreichen.

Das Programm mit fünf internationalen Top-Referenten bietet auch im kommenden Jahr wieder neueste Techniken, Inspiration, Fallstudien und Lektionen, sowie einen interdisziplinär angelegten Ansatz mit Inputs über den Tellerrand hinaus und Extras in Form von Workshops und BarCamps.

Die beiden ersten Referate, von Ralf Stüber (Leiter Weiterentwicklung Geschäftskunden PostFinance AG, CH) und Sunnie J. Groeneveld (CEO Inspire 925, CH), befassen sich mit Fragen der Unternehmensentwicklung und auch internem Campaigning: Welche Konsequenz zieht die radikale Digitalisierung für traditionelle Branchen mit sich? Wie bereite ich unsere Firma, unser Geschäftsmodell und unsere Mitarbeiter proaktiv auf Veränderungen, wie z.B. die Digitale Transformation vor? Welche Rolle nehmen die Mitarbeiter beim Campaigning ein und wie kann ich sie zum Mitmachen bewegen?

Im zweiten Block werden Daniel Graf (gamechanger, CH) und Sid Balman (turner4D, USA) den ganzheitlichen Ansatz des Campaignings durchleuchten. Daniel Graf erläutert, wie erfolgreiche Kampagnen das Online und Offline verbinden. Denn auch wenn wir viele Stunden am Tag online sind, geschieht das wahre Leben immer noch offline, was vor lauter Digitalisierung nicht vergessen gehen darf. Sid Balman wird eine Antwort darauf geben, mit welchen Strategien man einem aktiven Campaigning entgegentritt und wie man sich in Washington DC Gehör verschaffen kann. Ein Thema, das verschiedene Branchen und auch die Schweizer Regierung interessieren könnte...

Als Hauptreferentin wird sich Celinda Lake, eine führende Meinungsforscherin und Strategin aus den USA, dem Thema Big Data zuwenden und aufzeigen, wie man Big Data richtig nutzt, um gute Strategien zu entwickeln.

Die Eröffnungsrede wird wieder Stephan Klapproth halten. Im Anschluss an jeweils zwei Referate gibt es eine Diskussionsrunde mit den beiden Referenten, dem Veranstalter Peter Metzinger, Co-Moderator Markus Sorg und dem Publikum.

Der Campaigning Summit Switzerland startet auch 2015 wieder am Vorabend mit exklusiven Workshops. Zu den weiteren Extras gehören die während des Summits stattfindenden BarCamps.

Der Campaigning Summit Switzerland ist die einzige internationale Plattform in der Schweiz, in der sich Unternehmen und Verbände mit NGOs, Public Affairs und politische Kommunikation mit Wahlkampf, Werbung, PR und Social Media mit Change Management treffen austauschen und voneinander lernen können. Durch den interdisziplinären Ansatz wird beleuchtet, was richtiges Campaigning so erfolgreich macht. Campaigning ist nämlich die Kunst, alle Register zu ziehen, um Menschen zu mobilisieren. Diesem Gedanken hat sich auch der nächste Summit versprochen: Kampagnen, die bewegen, für Menschen, die bewegen.

Kontakt:

Peter Metzinger
Telefon +41 79 628 61 26
peter@businesscampaigning.com

www.CampaigningSummitSwitzerland.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053760/100764624> abgerufen werden.