

03.03.2015 – 10:00 Uhr

Die Kunst, alle Register ziehen zu können, um ein Ziel zu erreichen

Zürich (ots) -

Die Veranstalter des Campaigning Summit Switzerland rechnen mit einem neuen Teilnehmerrekord. Aktuell haben sich 30% mehr Personen angemeldet als zur gleichen Zeit im Vorjahr. Die Veranstaltung am 13. März ist die einzige Plattform in der Schweiz, an der sich Unternehmen, NGOs und Verbände branchen- und berufsübergreifend zur Frage austauschen können, wie man Menschen bewegt, um Veränderungen zu erreichen. Die Teilnehmer aus mehreren Ländern Europas und den USA erwarten 5 internationale Referenten, ausführliche Diskussionen, Workshops, ausgeklügelte Networking-Möglichkeiten und Inspiration durch Trends und Techniken. Tipps und Tricks aus der Praxis.

US-Referent Sid Balman wird einen ganzheitlichen Ansatz aufzeigen, mit dem man sich in Washington D.C. Gehör verschaffen kann. «Für mich ist dieses Referat eines der Highlights. Angesichts des cleveren Campaignings, das die USA gegenüber der Schweiz an den Tag legen, sollten wir uns wirklich mehr mit diesem Thema auseinandersetzen», so Peter Metzinger, Campaigner und Veranstalter des Campaigning Summit Switzerland.

Ralf Stüber von PostFinance und Sunnie J. Groeneveld, CEO von Inspire 925 und Mitglied der «Global Shapers Community» des World Economic Forum (WEF), befassen sich mit Fragen der Unternehmensentwicklung und eher 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?

Daniel Graf, eher für seine Online-Kampagnen bekannt, wird ebenso wie Sid Balman den ganzheitlichen Aspekt des Campaignings durchleuchten. Er zeigt auf, wie erfolgreiche Kampagnen das Online und Offline verbinden und warum es besser ist, Kampagnen für wenige zu machen als für viele.

Als Hauptreferentin wird die renommierte US-Meinungsforscherin Celinda Lake Hinweise geben, was man beim Nutzen von Big Data von den Wahlkampfumfragen in den USA lernen kann, um Fehler zu vermeiden und gute Strategien zu entwickeln.

Die Eröffnungsrede wird wieder Stephan Klapproth halten. Im Anschluss an jeweils zwei Referate gibt es eine Diskussionsrunde mit den Referenten, den Moderatoren Peter Metzinger (Organisator) und Markus Sorg, sowie dem Publikum.

Der Campaigning Summit Switzerland startet auch 2015 wieder schon am Vorabend, mit exklusiven Workshops. Unter den Workshop-Referenten befinden sich Claude Longchamp, Heike Scholten, Mark Balsiger und Andreas Hugli. Die Themen reichen vom Crowdfunding über das Wahljahr bis hin zur Erfolgsgeschichte «Wie vermarkte ich Fleisch an Vegetarier?». Zu den weiteren Extras gehören die während des Summits stattfindenden BarCamps.

Der Campaigning Summit Switzerland ist die einzige internationale Plattform, die sich der Interdisziplinarität des Campaignings widmet. Campaigning ist nämlich die Kunst, alle Register ziehen zu können, um seine Ziele zu erreichen und Menschen zu bewegen. Veranstalter ist business campaigning Switzerland GmbH, die erste Campaigning-Agentur der Schweiz (seit 1997).

Kontakt:

Peter Metzinger
Telefon +41 79 628 61 26
E-Mail peter@businesscampaigning.com
Website www.CampaigningSummitSwitzerland.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053760/100769227> abgerufen werden.