

Aktuelle Presseinformation

Deutscher Handelswerbekongress in Darmstadt

Die Macht der (neuen) Medien – Strategien für die Marken- und Handelskommunikation von morgen

Frankfurt, 13. Dezember 2012 – Social Media und die neue Mobilität des Internets durch Smartphones und Tablets beeinflussen immer häufiger, was und wie Verbraucher konsumieren. Welchen Unternehmen und Marken sie vertrauen und diese sogar ihren Freunden empfehlen, tauschen immer mehr Kunden in Echtzeit in sozialen Netzwerken und Bewertungsportalen aus. Für den Handel gehört es daher zu den größten aktuellen Herausforderungen, zielgruppenspezifisch den optimalen Mix aus Off- und Onlinemedien zu finden und effektiv einzusetzen.

Wie dies gelingen kann und wie ausgefallen oder emotional Werbung heute sein sollte, diskutieren Experten auf dem Deutschen Handelswerbekongress 2013 am 20. und 21. Februar 2013 im Maritim Konferenzhotel Darmstadt. Ausgerichtet wird der Kongress vom Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt.

Im Mittelpunkt der zweitägigen, hochkarätig besetzten Veranstaltung stehen die aktuellen Trends in der Handels- und Konsumentenkommunikation. Renommierete Experten, unter ihnen der Wirtschaftspublizist und Innovationsberater Andreas Haderlein, referieren unter anderem über die effiziente Nutzung des „Nahmediums Internet“ für Werbung und Kundenbindung.

Mit neuen Trends im Konsumentenverhalten befasst sich Dr. Robert Kecskes vom Marktforschungsunternehmen GfK SE. Er zeigt, wann, wo und auf welcher Basis Konsumenten Kaufentscheidungen treffen. Über ihre Erfahrungen mit einer erfolgreichen 360° Kunden-Kommunikationsstrategie berichten real,-Marketingchef Manfred Mandel und Deike Nordhoff, Marketingdirektorin bei Karstadt. Welche Möglichkeiten und Herausforderungen sich für den Handel aus den neuen technischen Möglichkeiten am Point of Sale ergeben, stellt die Marketingspezialistin und Kreativ-Chefin der Agentur Serviceplan, Britta Poetzsch im Rahmen einer „Tour d’Horizon“ durch die internationale Handelswerblandschaft vor.

Aktuelle Presseinformation

Am zweiten Kongresstag widmen sich die Referenten unter anderem der Frage, wie mithilfe von Web Analytics, Social Data und Suchdaten die Marken- und Kampagnensteuerung revolutioniert werden kann. Auch der Einsatz von Empfehlungsmarketing sowie neuer Formen der Live-Kommunikation stehen hier im Mittelpunkt des Interesses.

Parallel zum Deutschen Handelswerbekongress 2013 findet in Darmstadt der Loyalty Kongress 2013 statt. Das Thema: „Kundentreue um jeden Preis? – Wann es sich lohnt, um die Loyalität des Kunden zu kämpfen!“ Denn, nur wer die Potenziale seiner Kunden kennt, kann über den loyalen Kunden hinaus den Kampf um den wertvollen Konsumenten gewinnen. Die Besucher des Deutschen Handelswerbekongresses haben auch freien Zugang zu den Vorträgen des Loyalty Kongresses.

Die Top-Themen des Deutschen Handelswerbekongresses 2013:

- **Handelsanalyse 2013** – Trends im Konsumentenverhalten und in der Kundenbindung
- **Handelskommunikation heute** – Zahlen. Daten. Fakten.
- **Inspirierend. Kreativ. Neu.** – Tour d’Horizon durch die internationale Handelswerbelandschaft
- **Cross-Channel Exzellenz** – Medien- und Kampagnensteuerung in Zeiten von Crossmedia
- **Mobile Marketing** – Wie kann der Handel Smartphones und Tablets effektiv als „allround“ Werbetooll nutzen?
- **Chancen und Herausforderungen von Social Media** in der Marken- und Handelskommunikation
- **Zeitung, TV und Co.** – Spielen tradierte Werbeformen zukünftig noch eine Rolle?
- **Handel & Markenartikler** – Kooperative Promotion-Optimierung am POS
- **Emotionalisierung. Transparenz. Augenhöhe.** – Kernelemente einer vertrauensbasierten Kommunikationsoffensive
- **Empfehlungsmarketing (Word-of-Mouth) und Emotionalität** – Potenziale für die Kundenbindung

Deutscher Handelswerbekongress 2013

20. und 21. Februar 2013

Maritim Konferenzhotel Darmstadt, Rheinstraße 105, 64295 Darmstadt

Informationen: www.managementforum.com

Aktuelle Presseinformation

Kontakt für die Fachpresse:

Nesrin S. Tawfik
Senior-Projektmanagerin
Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Eschersheimer Landstraße 50
D-60322 Frankfurt am Main
Telefon +49 (0)69-24 24-47 76
tawfik@managementforum.com
www.managementforum.com

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH ist einer der führenden Anbieter von Veranstaltungen für den Handel und die Konsumgüterindustrie. Das Motto von Management Forum ist „Excellence in Business Information“ und steht für Top-Informationen, exzellentes Fachwissen und Networking-Möglichkeiten für Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistung. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern und Partnern garantieren die Events von Management Forum aktuelle Branchennews und Fachinformationen aus erster Hand und gelten als die führenden Events der jeweiligen Branche. Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH veranstaltet ca. 30 Kongresse/Kongressmessen pro Jahr.