

## **Aktuelle Presseinformation**

**Shortcut:** Trotz zunehmender Bedeutung von Online-Medien ist „Offline“ nicht aus der integrierten Kundenansprache wegzudenken. Wie Unternehmen Kundendialoge in beiden Welten effizient verzahnen können, steht im Fokus des 3. Dialogmarketing Gipfels 2013 am 28. und 29. August 2013 im Radisson Blu Hotel Köln. Branchenexperten vermitteln in praxisnahen Vorträgen und Workshops, wie der Dialog mit dem Kunden über alle Kanäle in Zeiten von Mobile Shopping und Social Networking gelingen kann.

### **3. Dialogmarketing Gipfel 2013 – neue Trends in der integrierten Kommunikation** **Erfolgreicher Kundendialog über alle Kanäle**

**Frankfurt, 18. Juni 2013** – Seit Jahren verlagern sich Werbespendings zugunsten der Online-Medien. Doch „offline“ leistet nach wie vor einen wichtigen Beitrag in der integrierten Kundenansprache. Die Frage, wie Unternehmen künftig On- und Offline-Marketing im Kundendialog effizient verzahnen können, steht im Fokus des 3. Dialogmarketing Gipfels 2013, der am 28. und 29. August 2013 in Köln stattfindet.

Die Fachveranstaltung richtet sich an Insider und Direktmarketing-Experten aus Handel und Industrie sowie aus Marketing-Agenturen. Veranstalter ist die Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH. Teilnehmer können kostenfrei die Vorträge des parallel stattfindenden 4. Social Media Kongresses 2013 verfolgen. Dort erwarten sie Keynotes unter anderem von McDonalds, Philips, ProSiebenSat.1, Bosch, point rouge, Telefónica.

Namhafte Insider und renommierte Branchenexperten vermitteln in Best-Practice-Vorträgen und Workshops, wie Markenbildung im direkten Dialog mit Kunden oder potenziellen Kunden in Zeiten von Mobile Shopping und Social Networking gelingen kann. Im vorgelagerten Workshop „Content Marketing“ unter Leitung des Web 2.0-Experten Thomas Knüwer lernen Kongressbesucher am Dienstag, 27. August, was bei der Entwicklung einer Content-Strategie zu beachten ist.

Der 3. Dialogmarketing Gipfel 2013 wird moderiert von Professor Dr. Ralf T. Kreutzer von der Berlin School of Economics and Law. Keynotes und Praxisvorträge kommen von RUNNERS POINT, buch.de, Zapf Creation, Mainova, Miles & More, HRS, brand eins, wunderman, Schober Information, Payback und plista. Top-Themen sind:

- **Die Psychologie des Werbens** – Kundenbeziehungen effizient gestalten
- **Double-Opt-In (DOI)** – Was bei der Nutzeransprache zu beachten ist
- **Big Data** – Innovative Akzente im Datenbank-Management und Database-Marketing
- **E-Mail-Kommunikation** – Herausforderungen und Potenziale für B2B und B2C
- **Werbeformen im Direktmarketing** – Welchen wichtigen Beitrag „Offline“ weiterhin in der integrierten Kundenansprache leisten kann
- **Content Marketing in der Praxis** – Strategien und Potenziale

## **Aktuelle Presseinformation**

- **Kundendialog über alle Kanäle** – Die effiziente Verzahnung von On- und Offline-Marketing

Mit Referaten und Praxisbeispielen zum Thema „Der Werbemarkt – zukünftige Trends und Keylearnings“ beginnt der Kongress. Wie können Konsumenten im neuen interaktiven und sozialen Kommunikationsmodus angesprochen werden, wie gelingt Kundenbindung?

Weitere Inhalte und Themen des Vormittags sind „Digitaler Darwinismus und rechtliche Rahmenbedingungen“ sowie „Big Data“. Darüber hinaus haben die Kongressbesucher die Möglichkeit, von Best-Practice-Erfahrungen zur Entwicklung erfolgreicher Werbeformen, für den endgeräteübergreifenden E- Mail-Dialog oder die effiziente Verzahnung von On- und Offline-Marketing zu profitieren.

Das Thema „Kundenbindung und CRM-Strategien“ steht am zweiten Kongresstag auf der Agenda. Marketing-Verantwortliche aus Top-Unternehmen sprechen über „Social & Mobile-Campaigning“, Kundenbindung durch Konvergenz und Relevanz über alle Kanäle und den „Erfolgsfaktor Personalisierung“ in integrierten CRM-Strategien im E-Commerce. Zum Abschluss werfen die Referenten noch einmal einen Blick in die Zukunft des Dialogmarketings: „Research online, purchase offline“ – der sogenannte Online-to-Store-Effekt wird ebenso thematisiert wie die Frage nach Content im E-Commerce im „sprechenden Zeitalter“.

Frühbucher profitieren bis 30. Juni 2013 von einem Rabatt in Höhe von 300 Euro.

### **3. Dialogmarketing Gipfel 2013**

**28. und 29. August 2013, Radisson Blu Hotel Köln**

Informationen: [www.managementforum.com/dialogmarketing](http://www.managementforum.com/dialogmarketing)

#### **Kontakt für die Fachpresse:**

Jörg Streb, Senior Marketing Manager

Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

Eschersheimer Landstraße 50, D-60322 Frankfurt am Main

Telefon +49 (0)69 24 24-47 73

[streb@managementforum.com](mailto:streb@managementforum.com)

[www.managementforum.com](http://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.