

Wichtige Trends, Hintergründe und aktuelle Engagements

ONLINE-FORUM Digitales Marketing, Social Media, Mobile Commerce – das Online-Forum der SuisseEMEX hat viel zu bieten und wird kompetent geleitet. Die vier Moderatoren geben Auskunft über wichtige Trends, ihre aktuellen Engagements, ihren Hintergrund und ihre Schlüsselbotschaften.

VON Ruedi ULMANN

MK Welche Trends sind für Sie in dem Bereich, den Sie moderieren, besonders wichtig?

MARTINA DALLA VECCHIA Social Media und Webanalyse sind die Hype-Themen. Marketer aus allen Branchen fragen sich heute: Wie kann man die Internet-Massen für sein Produkt und Unternehmen begeistern, wie gestaltet man den Social-Media-Dialog und wie kann ich den Erfolg meiner Kampagnen messen. Hier erfahren die Messebesucher direkt von Experten, was ihre Best Practices sind und wo die Stolperfallen sind.

THOMAS LANG UND DANIEL EBNETER Multichanneling, Mobile und Social sind die Schlagworte. Firmen erkennen, dass sie besser ihre Verkaufskanäle sinnvoll kombinieren, als Angst vor Kannibalisierung zu haben. Social Media und Suchmaschinen wachsen zusammen. Geschäftsmodelle, die auf Communities setzen, etablieren sich. Shoppen von unterwegs wird mit Smartphone oder Tablet, optimierten Mobile Websites und Apps zum Kinderspiel. Ebenfalls gross auf dem E-Commerce-Trendradar stehen Google Shopping Search und Conversion Rate Optimierung.

JÖRG EUGSTER In meiner Beratungspraxis erlebe ich immer wieder, dass viele Chefs mit den Möglichkeiten im Internet überfordert sind. Die SuisseEMEX bietet v.a. am ersten Messetag, dem Unternehmertag für Entscheidungsträger, einige Referate, welche auf diese Zielgruppe ausgerichtet sind. Das Referat «What's new from Google?» von Dr. Beat Bühlmann von Google wird bestimmt eines der Highlights sein.

MK Welche Schlüsselbotschaften möchten Sie selber vermitteln?

DALLA VECCHIA Social Media und klassisches Marketing ergänzen sich! Es braucht ein Social-Media-Konzept, eine Social Media Policy und klar definierte Schnittstellen. Mit systematischem Vorgehen und fundiertem Know-how

lässt sich dies für jedes Unternehmen als überschaubares Projekt realisieren.

LANG UND EBNETER Den E-Shop gezielt auf maximale Verkaufszahlen optimieren? Endlich eine iPhone-App? Das neueste innovative Verkaufskonzept aus Übersee adaptieren? Oder doch lieber erst noch eine Facebook-Unternehmensseite? Wir empfehlen mehr denn je «Luege, lose, laufe»: herausfinden, wo die Reise hingehen soll, daraus eine ganzheitliche Strategie entwickeln und dann gezielt die richtigen Massnahmen umsetzen.

EUGSTER Die Botschaften werden natürlich von unseren Referenten vermittelt. Da wir Moderatoren selber auch referieren, sind wir in einer Doppelrolle. Mir ist wichtig, dem Hype um Social-Media-Marketing ein Gegengewicht zu geben. Das Referat «Social Media im Kreuzfeuer – Dabei ist (nicht) alles!», das ich am 25.8. gemeinsam mit Martina Dalla Vecchia halten werde, zielt genau auf diese Thematik. Social Media ist dann gut, wenn man es gezielt einsetzt und einige Erfolgsfaktoren beachtet. Sonst wird es zum Rohrkrepiere.

MK Was sind Ihre Hintergründe?

DALLA VECCHIA Als Professorin an der Hochschule für Wirtschaft der FHNW ist Online-Marketing und Social Media mein Schwerpunktthema. Für Marketing und Webverantwortliche ist eine systematische Ausbildung in diesen beiden Themen zentral, um die Schnittstellen zum klassischen Marketing sauber zu definieren und ein integriertes Marketing zu ermöglichen. An der FHNW haben sich bereits verschiedene Forschungsinitiativen formiert, so dass der Wissenstransfer gewährleistet ist.

LANG UND EBNETER Carpathia Consulting unterstützt Unternehmen seit über zehn Jahren darin, ihren Weg im Internet erfolgreich zu gehen. Als erfahrene Berater



Martina
Dalla Vecchia



Thomas
Lang



Daniel
Ebnetter



Jörg
Eugster

von Workshops und Seminaren eine grosse Rolle. Als Inhaber lebe ich selber seit über 14 Jahren vom Internet und habe schon mehrere Startups gegründet (Jobwinner, Partnerwinner, Swisfriends, Topin, Swisswebcams, Auktion88).

MK Mit welchen Online-Themen beschäftigen Sie sich selber besonders intensiv?

DALLA VECCHIA Das Social-Media-Konzept ist zur Zeit mein Forschungsschwerpunkt. Dabei steht folgende Frage im Mittelpunkt: Wie können Unternehmen den Dialog über soziale Plattformen gestalten, optimieren und den Wirkungsgrad messen? Aus dieser Aktivität heraus ist unser neuer Lehrgang «CAS Social Media, Conversion Management und Webanalyse» entstanden, der im September startet.

LANG UND EBNETER Angesichts des sehr dynamischen Umfelds beschäftigt uns immer auch die Frage, welche Chancen sich aus den aktuellen Trends für Schweizer Anbieter konkret ergeben. Zum Beispiel gibt es pro Kopf der Bevölkerung nirgends so viele Smartphone-Nutzer und Facebook-Mitglieder wie bei uns. Auf der anderen Seite entspricht der Wirkungsgrad eines durchschnittlichen Online-Shops gerade mal dem einer alten Glühlampe. Es bleibt also viel zu tun!

EUGSTER Derzeit beschäftige ich mich mit dem sinnvollen Einsatz der Social Media. So habe ich im Sommer 2011 zwei neue Projekte gestartet. Auf www.auktion88.ch versteigern wir in einer Rückwärtsauktion Freizeitgutscheine mit einem Rabatt von 50% bis 88% mit viralem Effekt. Das zweite Projekt stellt mein Wiki-Projekt www.wifimaku.com dar, wo ich aktuelle Inhalte zum Thema Online-Marketing veröffentlichte, strukturiert als Buch oder unstrukturiert über Social Media (wifimaku update). ■