

„Irgendwas mit Social Media“

Rund 350 Gäste kamen zum Marketing- und Vertriebsforum 2011 des RWGVs.

Hamm. „Zukunftsorientiertes Wirtschaften und innovatives Handeln sind Grundlagen des Vertriebs Erfolgs. Der RWGV möchte deshalb Anregungen und Impulse für eine erfolgreiche Verbindung von Marketing und Vertrieb aufzeigen.“ Mit diesen Worten eröffnete RWGV-Vorstandsmitglied Moritz Krawinkel das diesjährige Marketing- und Vertriebsforum in der Hammer Alfred-Fischer-Halle. Das Motto des Tages: „Zukunft braucht Herkunft“.

Rund 350 Bankleiter sowie Marketing- und Vertriebsexperten der Kreditgenossenschaften in Rheinland und Westfalen waren es schließlich, die sich in Hamm trafen, um sich bei 19 Ausstellern der genossenschaftlichen FinanzGruppe und in vier interaktiven Werkstätten über die neuesten Entwicklungen im Bereich Marketing und Vertrieb zu informieren. „Irgendwas mit Social Media“, diesen Satz hört Professor Dr. Peter Wippermann vom Trendbüro Hamburg derzeit täglich. Der Titel seines Vortrages lautete deshalb: „Zukunft braucht Herkunft – Spielregeln der Netzwerkökonomie“. Darin erläuterte der Medienprofessor Strategien und Best-Practice-Beispiele zum Thema Social Media. Sein Tipp an alle Volksbanken und Raiffeisenbanken, die sich auf Facebook & Co. engagieren möchten: Sie sollen die starke genossenschaftliche Mitgliederbindung nutzen und Mut haben zu experimentieren.

Während die Verbundunternehmen an Messeständen über Erfahrungen und Strategien informierten, hatten die Besucher unterschiedliche Workshops zu Themen aus der Marketing- und Vertriebswelt zur Auswahl. Dabei referierte und diskutierte Unternehmensberater Professor Dr. Claudius Schmitz unter der

Überschrift „Kundenberatung – quo vadis?“ über Beratungsqualität, Verbraucherschutz und die künftige Erwartungshaltung der Bankkunden. Im Workshop „...irgendwas mit Dialog?“ beschäftigte sich Moderator Sami Sokkar mit dem Microbloggingdienst „Twitter“. Trends und Entwicklungen der virtuellen Welt standen dabei auf dem Prüfstand. Die Teilnehmer des Workshops „Erfolgreiches Firmenkundengeschäft – Worauf kommt es an?“ suchten gemeinsam mit Unternehmensberater und Moderator Carl-Dietrich Sander nach Antworten auf die Fragen: Was bewegt Unternehmer? Wie gelingt es der Bank, eine langfristige und erfolgreiche Beziehung zu Firmenkunden aufzubauen? Um die Schaffung einer erkennbaren Identität und eines professionellen Managements ging es im vierten Workshop des Tages. Unter dem Titel „DIE Mit-Mach-Marke Volksbanken Raiffeisenbanken“, zeigte TV-Moderator und Hörfunksprecher Martin Wilhelmi Facetten und Instrumente erfolgreicher Strategien des Markenmanagements. Ein besonderes Highlight hatten sich die Organisatoren für den Nachmittag aufgehoben. Unter dem Titel „Kopf oder Zettel?“ gelang es Gedächtnistrainer Oliver Geisselhart, eine Mischung aus Seminar und Stand-up-Comedy auf die Bühne zu bringen.

Marco Lorenz

Informationen sowie die Unterlagen der Referenten finden sich unter: www.vr-marketingservice.de.



350 Gäste konnte der RWGV – im Bild Thomas Kronenberg, Abteilungsleiter „Marketing & Vertrieb“ bei der Begrüßung – in der Alfred-Fischer-Halle im westfälischen Hamm begrüßen. Thema des Tages: „Zukunft braucht Herkunft“