



PROTOKOLL

MCS Clubabend in der Volksbank Salzburg

Vortragende:

Regina Mehler / Managerin - Autorin - Rednerin: u.a. Gründerin der "WOMEN SPEAKER FOUNDATION", 20 Jahre Marketing Know-how

Vortrag: "Marketing is the new Finance"!

Protokoll des Clubabends des MCS am 20.03.2012, Volksbank Salzburg

Beginn: 18.00 Uhr

Ende: ca. 21.00 Uhr

Tagesordnung:

1. Treffen der Beiräte „Clubleben“, „Clubprogramm“, „Kommunikation“ und „Wissenschaft“
2. Eintreffen der Mitglieder des MCS
3. Begrüßung durch MMag. Christian Strasser
4. Begrüßung durch Klaus-Peter Lovcik, Marketingleiter Volksbank Salzburg
5. Präsentation Innovationskongress Kärnten durch Mag. Martin Maitz
6. Vortrag mit dem Titel „Marketing is the new Finance!“ von Regina Mehler
7. Buffet

zu TOP 1:

Eintreffen der Beiräte „Clubleben“, „Clubprogramm“, „Kommunikation“ und „Wissenschaft“ um 18:00 Uhr

zu TOP 2:

Die Mitglieder des MCS treffen gegen 18.30 Uhr ein.

Zu TOP 3:

MMag. Christian Strasser begrüßt die Gäste und gibt Informationen zum Ablauf des Abends bekannt.

zu TOP 4:

Der Marketingleiter der Volksbank Salzburg, Herr Klaus-Peter Lovcik, begrüßt die Clubteilnehmer und kündigt organisatorische Informationen zum Verlauf des Abends an.

Zu TOP 5:

Herr Mag. Martin Maitz berichtet vom Innovationskongress Kärnten 2011. Er erläutert die Wichtigkeit von Innovationen für das Marketing und bekräftigt den engen Zusammenhang beider Bereiche.

Anschließend präsentiert er ein Video zum Innovationskongress Kärnten 2011!

Ausblick/Inhalte für 2012:

- Motto: Geheimnisse der Innovationen
- Wie kann ich innovativ sein?
- Zeit zum Nachdenken für Innovationen schaffen

Zu TOP 6:

Frau Mehler beginnt Ihren Vortrag mit der Frage ans Publikum nach den bekanntesten Marken. In der Regel sind dies meist Marken aus den USA. Der Grund aus Ihrer Sicht: In 65 % der USA-Marken sitzen die Marketingleiter im Vorstand bzw. in Führungs- und Entscheidungspositionen. Die Marke ist eine Strategie.

Das Digitale Marketing ist die Revolution und macht Marketing als solches messbar. Es kommt zu einer Verschiebung bzw. neuen Gewichtung von klassischen Marketingaktivitäten und Aktivitäten im digitalen Marketing.

Wie entwickelt sich die Komplexität in diesem Bereich?

- 79 % erwarten eine erhöhte Komplexität
- 48 % füllen sich dieser Entwicklung gewachsen
- 31 % haben eine Vorbereitungs-lücke

Die schwerwiegendsten Probleme:

- Für 71 % Datenexplosion
- Für 68 % Social Media

Die Schlüsselaussage:

Zahlen kennen und analysieren. Die Analysefähigkeiten rücken immer mehr in den Vordergrund. In der Zukunft sind im Marketing immer mehr „Statistiker und/oder Mathematiker“ gefordert, die Zahlen lesen, interpretieren und analysieren können.

Warum digitales Marketing?

- mehr Kreativität möglich
- engere Bindung zu den Kunden / Erhalt von mehr Informationen vom Kunden
- schnellerer Marktzugang
- effizienter / Marketing ROI im Detail nachweisbar
- Optimierung sofort in einer laufenden Kampagne möglich

Mitarbeiter bzw. dem Team soll und muss aus Ihrer Sicht die Freiheit für Fehler gegeben werden. Mut ist eine Notwendigkeit um in der Zukunft erfolgreich zu sein.

Tipp: In Innovationsworkshops beispielsweise ein Mind-Map organisieren nach folgender Vorgehensweise:

- (1) Eine dem Team bekannte namhafte Marke als zentralen Ausgangspunkt wählen.
- (2) Ideen/Begriffe/Verbindung zu dieser Marke im Team erarbeiten und aufschreiben.
- (3) Die gewählte Marke durch die eigene Marke ersetzen.
- (4) Die aufgeschriebenen Begriffe mit der eigenen Marke in Verbindung bringen und interpretieren.



Fazit:

Marketing muss messbar werden um auch den nötigen Stellenwert zu erhalten. Eine Lösung der Messbarkeit ist das digitale Marketing wie zB Facebook, www, twitter, emails,....

Der Weg zur digitalen Revolution:

- Teams gemeinsam in Projekten/Pilotprojekten – zuerst klein beginnen und dann erweitern. MUT auch zu kleinen Pilotprojekten!
- Management lebt „risk-taking“ vor und motiviert zu gemeinsamen Ergebnissen
- Schwerpunkt auf frühe Technologie
- Innovative Ansätze/Projekte beflügeln Mitarbeiter
- Zwischenerfolge auch intern im Unternehmen maximal vermarkten

Schlussatz: NO RISK – NO FUN!

Zu TOP 7:

Der Abend schließt mit einer Diskussion im Anschluss an den Vortrag von Frau Regina Mehler und einem Buffet in der Volksbank Salzburg.