

.06 Im Interview: Web 2.0 in der EventbrancheRoland Kissling

29|2|2008



Die von Branchen-Profi Michael Ghezze gegründete Confare IT- und MarketingberatungsgmbH hat sich auf das „Vernetzen von Netzwerken“ und den Community-Faktor spezialisiert. Dabei geht es darum, Netzwerke und Kontakte zu integrieren, Synergien zu nutzen und so Win-Win Situationen zu erzeugen. Michael Ghezze zeigt im Interview mit der COMPUTERWELT die wichtigsten Erfolgsfaktoren.

CW: Wie sehen Sie die Konkurrenz zwischen Online- und Offline Communities? Schadet das Internet den klassischen Veranstaltungen?

MG: Unser Credo ist, dass offline und online zusammengehört. Wer sich online vernetzt, will sich trotzdem auch mal auf einen Kaffee zusammensetzen. Online hilft, Communities auch über Veranstaltungspausen hinweg am Leben zu halten. Fachveranstaltungen sind aus meiner Sicht sehr verwandt mit dem so genannten Web 2.0 – der Content stammt von den Anwendern selbst, jeder Veranstaltungsbesucher ist auch ein potenzieller Referent. Das Wissen der Community wird mehr, mit dem was jeder Teilnehmer bereit ist von sich preis zu geben. Wer sich zu sehr fürchtet, dass andere die Ideen klauen könnten, wird selbst auch nichts Nennenswertes erfahren. Daher auch unser Firmen-Motto „Gemeinsam. Besser. Machen.“.

Die Vielfalt an Kundenevents und Road-Shows ist enorm – Was empfehlen Sie Kunden, um sich zu differenzieren?

MG: Unser Gebiet sind nicht Events wie Fallschirmspringen oder Konzerte, sondern inhaltlich fokussierte Fachveranstaltungen. Unserer Erfahrung nach sind die Inhalte ausschlaggebend, ob ein Event attraktiv ist oder nicht. Reines Marketinggeheul nach dem Motto: „Wir sind besser und schöner als die anderen“, holt niemanden mehr hinter dem Ofen hervor. Man verkauft sich viel erfolgreicher über das Know-how und die Referenzen. Also stelle ich immer die Stringenz, den roten Faden, einer Veranstaltung in den Vordergrund. Auch Offenheit ist wichtig. Wer einen Branchentreffpunkt etablieren will, sollte sich nicht fürchten Mitbewerber oder deren Kunden dabei zu haben.

Was sind die Erfolgsfaktoren im Web 2.0 Event-Sektor?

MG: Wichtig ist, die richtigen Leute anzusprechen, sowohl Marketing-technisch als auch inhaltlich. Durch die langjährige Erfahrung im Veranstaltungsmarkt hat unser Team hier hervorragende Kontakte in verschiedenen Branchen. Zudem haben wir viel Geld in den Aufbau einer hervorragenden Datenbasis investiert und können so individuell auf die Marketingbedürfnisse des Kunden eingehen. Weiters stellen wir den Community-Aspekt in den Vordergrund – wir vernetzen Netzwerke und damit ist allen gedient.

KundenProfiling

Die Methode für Kundengewinnung Zielgruppenansprache auf den Punkt!

www.KundenProfiling.de

Kostenlose Downloads

Marketing-Know-how einer führenden Strategieagentur

www.different.de

Zweig-Strategie

Expansion im Mittelstand Entwicklung und Umsetzung

www.zweig-strategie.de

Presseaussendungen und PR

Presstexte zum Fixpreis von 250 €. Versand an über 45.000 Journalisten

www.presstexte.at

Google-Anzeigen