

Diese Veranstaltung hat bereits stattgefunden.



bvik Trend-Talk: Quo vadis B2B-Marketing 2022?

18.11.2021, 13:30 bis 16:45 Uhr

Gastgeber: Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik)

Veranstaltungsort : digital

 bvik Trend-TALK digital

ACHTUNG! Der bvik Trend-TALK findet digital statt!

Der bvik – der Industrie-Verband für Kommunikation & Marketing – sensibilisiert frühzeitig für Trendthemen im B2B-Umfeld.

B2B-Unternehmen befinden sich mitten in einem der radikalsten Paradigmenwechsel, was ihre Prozesse und Kommunikationsstrategie angeht. Die digitalen Spielregeln für erfolgreiche Marketing-Performance zu beherrschen, wird zum Prüfstein für den Zukunftserfolg. Welche technischen Voraussetzungen müssen erfüllt werden? Wie muss sich das Selbstverständnis des Marketings verändern? Und was bedeutet die Entwicklung in der Digitalisierung für das Mindset und die Qualifikation der Mitarbeiter und Führungskräfte?

Zum Einstieg werden Ihnen Kai Halter (Vorsitzender des bvik-Vorstands & Director Marketing ebm-papst Muldingen GmbH & Co. KG) und Alexander Biesalski (bvik-Vorstand & Managing Partner, BIESALSKI & COMPANY) Auszüge aus den Ergebnissen unserer aktuellen Studien und Umfragen präsentieren. Unser Trend-Talk

bietet den Teilnehmern Impulse und Insights, aber auch im Anschluss die Gelegenheit, offene Fragen in der Runde zu diskutieren und sich auszutauschen. Alle weiteren Informationen zu den Vorträgen finden Sie in unserem Reiter „Inhalt„. Lernen Sie auch unsere Referenten & Referentinnen in ihrem Reiter kennen und vernetzen Sie sich gerne im Vorfeld mit uns.

Schlagen Sie mit uns ein weiteres bvik-Kapitel in unserem gemeinsamen Buch des „B2B-Marketing der Zukunft“ auf! Wir freuen uns über Ihre Teilnahme und den Austausch mit Ihnen.

Als B2B-Trendscout bündeln und teilen wir wertvolle Erkenntnisse und Inhalte unserer Community. Brandaktuell erhalten Sie mit unseren „B2B-Practice-Guides“ wertvolle Impulse aus der Community für eine erfolgreiche Kommunikationsstrategie kompakt zusammengefasst. Die Veröffentlichungen sind für Mitglieder kostenlos verfügbar. Von Nicht-Mitgliedern nehmen wir eine Schutzgebühr.

Inhalt

Folgende Vorträge warten u.a. auf Sie:

Die Gamechanger Software Strategie für den Mittelstand
Martin Philipp, Geschäftsführer, Evalanche | SC-Networks GmbH

Die heutige Komplexität der Customer Experience – von wechselnden Kundenanforderungen über die Vielzahl an Touchpoints bis hin zum immensen Wettbewerbsdruck in einer sich rasant weiterentwickelnden digitalen Welt – erfordert technologische Höchstleistungen. Nur mit einem flexiblen, leistungsstarken Software-Fundament lässt sich das Customer Experience Management erfolgreich gestalten.

Doch welche Software-Strategie ist die richtige für Ihr Unternehmen?
Das erfahren Sie in diesem Trend Vortrag:

- Wer nicht automatisiert verliert
- Der Moment der Wahrheit
- Ohne Strategie ist alles nichts
- Win the game!

Übersetzung, Lokalisierung oder Transcreation: Wie entsteht erfolgreicher Text-Content für mehrsprachige Websites?

Marion Eilers, Head of Marketing, Wieners+Wieners GmbH

Marcus Schöne, Produktmarketing-Manager, Wieners+Wieners GmbH

Die Dynamisierung des Internets, die sich weiter beschleunigende

Internationalisierung und die damit einhergehende Bedeutung von interkultureller Kommunikation stellen das Marketing, insbesondere hinsichtlich mehrsprachiger Content-Erstellung für Websites vor neue Herausforderungen:

- Websites von Unternehmen sind häufig nicht mehr nur reine Visitenkarten, sondern Dreh- und Angelpunkte des Inbound-Marketings.
- Content sollte für passgenaue Zielgruppenansprache nicht nur einfach übersetzt, sondern auch lokalisiert werden.
- Content muss Webseitenbesucher und Suchmaschinen gleichermaßen zufriedenstellen.
- Besucher verlassen Webseiten umgehend wieder, wenn der Inhalt nicht ihrer Suchintention entspricht. Das führt zu negativen Rankingsignalen.

Worauf bei mehrsprachigen Websiteprojekten zu achten ist, stellt das Experten-Duo in seinem Beitrag vor.

Mitarbeiter mobilisieren mit Employee Advocacy und Social Selling
Wie Sie die Reichweite Ihrer Mitarbeiter für sich nutzen!

*Jessica Manu, Head of Field Marketing DACH & SER | [Hootsuite](#)
Dennis Denecken, Senior Solutions Consultant | [Hootsuite](#)*

Der Nutzen von Employee-Advocacy- und Social-Selling-Programmen für Unternehmen ist vielfältig und ebenso deren Zielsetzung – sei es die Erhöhung der Reichweite von Unternehmensinhalten und Marketingkampagnen, eine verbesserte Salesperformance und Abschlussrate des Vertriebsteams oder auch die Stärkung der Arbeitgebermarke und ein beschleunigtes Recruiting neuer Talente.

Und auch die Mitarbeitenden profitieren durch Unterstützung beim Aufbau Ihrer eigenen professionellen Netzwerke, während Sie gleichzeitig aktiv an der Unternehmenskommunikation teilhaben.

In ihrem Beitrag gehen die Experten von Hootsuite darauf ein, wie auch Sie die sozialen Netzwerke Ihrer Mitarbeitenden nutzen können, um nicht nur die Reichweite Ihres Contents zu fördern, sondern auch die Geschäftsziele Ihres Unternehmens zu unterstützen.

Sie werden Sie erfahren,

- wie Sie den Social-Media-Einfluss Ihrer Mitarbeiter nutzen und die Verbreitung von Inhalten durch Employee Advocacy fördern.
- wie Sie Ihre Mitarbeiter befähigen, Thought Leader zu werden.
- wie Sie eine Content-Strategie entwerfen, die Ihre Geschäftsziele unterstützt.
- wie Sie den Erfolg Ihres Programms messen

Thought Leadership durch exklusiven Content

Peter Kautz, MD Statista Q

Wie positioniere ich mein Unternehmen als Experte in einem Fachbereich? Wie generiere ich Leads und erzeuge Markenbewusstsein bei der passenden Zielgruppe?

Im B2B-Umfeld ist Kompetenz einer der wesentlichen Punkte für den Erfolg von Geschäftsbeziehungen. Die Aufbereitung und Verbreitung von Wissen und Perspektiven sollte dabei mit einem klaren Plan und Fokus erfolgen. Begeistern Sie Ihre Zielgruppe und wecken Sie Interesse bei neuen Kundengruppen mit einzigartigen Inhalten, ansprechend und verständlich aufbereitet. In seinem Trend Vortrag erklärt Peter Kautz, Leiter des Analyse- und Marktforschungsbereichs Statista Q, unter anderem, wie man zum Thought Leader wird und welche Bestandteile besonders wichtig im Content-Marketing sind. Der Vortrag basiert dabei auf aktuellen Forschungsergebnissen und wird mit anschaulichen Beispielen flankiert.

Ziele

- Tauschen Sie sich mit Branchenkollegen zu Trendthemen aus.
- Erhalten Sie Insights in die aktuellen Trends des B2B-Marketings.
- Holen Sie sich Impulse für ein gewinnbringendes 2022.

Zielgruppe

- Marketing-Verantwortliche aus Industrieunternehmen
- Projekt-Verantwortliche aus Agenturen
- Fach- und Führungskräfte
- Geschäftsführer (CMO,CDO)
- Trend-Forscher

Referenten



Alexander Biesalski

*bvik-Vorstand & Managing Partner,
BIESALSKI & COMPANY*

Alexander Biesalski ist
Geschäftsführender Gesellschafter
von BIESALSKI & COMPANY
Managementberatung. Sein Credo:
„Nichts ist wertvoller als ein guter
Name“. Für ihn mehr als ein Grund,
sich für den Nachweis und die
Stärkung der Markenertragskraft
sowie ein wirkungsvolles Marketing
im B2B einzusetzen.

Alexander Biesalski ist seit
Dezember 2020 Mitglied im
Vorstand des bvik.



Marion Eilers

Head of Marketing,

Wieners+Wieners GmbH

Mit 25 Jahren Marketingerfahrung
in B2C- und B2B-Branchen

fokussierte Marion Eilers sich früh
auf die digitale Kommunikation.

Gestartet in der Aufbruchphase der

„New Economy“ konzentriert sie

sich inzwischen auf Themen wie

Inbound-Marketing und Marketing-

Automation. Sie verantwortet die

Marketingabteilung der

Wieners+Wieners GmbH, des

international tätigen

Premiumanbieters für

Übersetzungen, Adaptionen,

Korrektorate und Lektorate.

Wieners+Wieners, Mitglied der

Apostroph Group, ist der Spezialist

für die Werbe- und

Marketingsprache und realisiert

unterschiedlichste Projekte zur

Zielmarktanpassung.



Dennis Denecken

*Dennis Denecken, Senior Solutions
Consultant | Hootsuite*

Dennis Denecken arbeitet als Senior Value Consultant bei Hootsuite Media Germany. Der gelernte Kaufmann für audio-visuelle Medien hat einen Magister der Angewandten Kulturwissenschaften. Seit 1998 engagiert sich der gebürtige Hamburger im Bereich Online-Medien. In seiner Position als Senior Solutions Consultant unterstützt und berät Dennis Unternehmen bei der strategischen und technologischen Umsetzung ihrer digitalen Transformation.



Kai Halter

*bvik-Vorstandsvorsitzender &
Director Marketing, ebm-papst
Mulfingen GmbH & Co. KG*

Nach einer gewerblich-technischen Ausbildung und zweijähriger Berufspraxis entschied sich Kai Halter auf dem zweiten Bildungsweg zu einem Wirtschaftsingenieurstudium. Nach erfolgreichem Studienabschluss im Jahr 1996 begann Kai Halter seine Tätigkeit beim Ventilatoren- und Motorenspezialist ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG. 1997 übernahm er die Position des Pressesprechers und verantwortete bis 2007 die Unternehmenskommunikation. Ab Juni 2007 leitete Kai Halter den Bereich Internationales Vertriebsmarketing und seit 2012 als Hauptabteilungsleiter das globale Marketing des weltweit führenden Ventilatoren- und Motorenherstellers ebm-papst Mulfingen GmbH & Co. KG. 2010 Wahl in den Vorstand des Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik), seit 2012 Vorstandsvorsitzender. 2016 Wahl zum Vorsitzenden des Messebeirats der Fachmesse Chillventa. Specialties: Alles rund um die Industriekommunikation



Peter Kautz

MD Statista Q

Peter Kautz leitet den Bereich Statista Q mit dem Fokus auf kundenindividuelle Fragestellungen im Bereich Market, Competitor and Customer Insights. Durch die Kombination der führenden Datenplattform der Welt mit gezielter Primärmarktforschung, erarbeitet Statista maßgeschneiderte Lösungen zur Strategieableitung, Produktentwicklung und Kommunikation. Aufgrund seiner langen Erfahrung bei Siemens und Beiersdorf, in der Unternehmensberatung bei McKinsey und dem Aufbau von zwei Digitalgeschäften bringt er ein tiefes Verständnis für Marktdynamiken und die Bedürfnisse der Marktteilnehmer in unterschiedlichen Märkten mit.

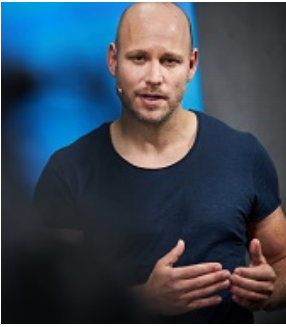


Jessica Manu

Head of Enterprise Marketing

DACH bei Hootsuite

Die Diplom-Kauffrau Jessica Manu ist Head of Enterprise Marketing DACH bei Hootsuite, der mit über 18 Millionen Nutzern meist genutzten Social-Media-Management-Plattform weltweit. Vor ihrem Wechsel war sie für Serrala, einem international agierenden Anbieter für Finanzsoftware, in verschiedenen Marketing-Positionen tätig, zuletzt als Director Marketing EMEA Field & Global Campaigns. Die international erfahrene Marketingexpertin verfügt über langjährige Expertise in den Bereichen B2B Lead Management und Marketing Automation sowie Corporate Branding und Positioning.



Martin Philipp

Geschäftsführer, Evalanche | SC-Networks GmbH

Wenn es jemals den richtigen Zeitpunkt gab, um die Transformation der Marketing- und Vertriebsorganisation voranzutreiben, dann ist er jetzt gekommen.

Mit über 20 Jahren Erfahrung im Online-Marketing und systematisierten Vertrieb von erklärungsbedürftigen, anspruchsvollen Produkten und Lösungen - offline wie online. Bin ich der „Brückenbauer“ den es braucht, um Marketing, Vertrieb, Service und IT zu verbinden. Mit meiner Leidenschaft „Kunden automatisiert begeistern“ habe ich bereits mehrere tausend Unternehmen dabei unterstützt, damit ihre Transformation gelingt. Mein Name ist Martin Philipp. Als Mitgeschäftsführer der SC-Networks GmbH, Hersteller der Evalanche Marketing Automation Plattform, bin ich verantwortlich für die Neukundengewinnung und Kundenbegeisterung.



Marcus Schöne

*Produktmarketing-Manager,
Wieners+Wieners GmbH*

Marcus Schöne hat über 15 Jahre Erfahrung als Experte für interkulturelle Kommunikation.

Als Produktmarketingmanager bei der Wieners+Wieners GmbH befasst er sich mit nachfrageorientierter Entwicklung und Vermarktung des Leistungsportfolios. Dabei beobachtet er kontinuierlich Kommunikationstrends und analysiert Märkte und Zielgruppen. Content-Produktion und -Übersetzung für mehrsprachige Websites sind seine Beratungsschwerpunkte.

Gastgeber

Statista Content & Information Design

2007 in Deutschland gegründet, beschäftigt Statista GmbH rund 1.000 Mitarbeiter auf vier Kontinenten an zwölf Standorten. Statista ist eine führende Daten- und Business Intelligence-Plattform und stellt internationale Markt- und Verbraucherstudien bereit. Das Geschäftsmodell "Data as a Service" ist in dieser Form einzigartig, es gibt keine direkten Wettbewerber am Markt.

Der Bereich Statista Content & Information Design versteht sich als Spezialist für die optimale Aufbereitung von Informationen. Das 40-köpfige Team erstellt Inhalte und Visualisierungen für spezifische Kommunikationsziele und Content Marketing-Maßnahmen externer Kunden. Von der Recherche über Infografiken bis hin zu Videos, umfassenden Publikationen und Präsentationen. Die Services bieten für alle Themen und Anlässe die passende Visualisierung.

Profil

Erforderliche Vorkenntnisse zum Thema Trends im B2B-Marketing

Grad an Interaktivität

Praxisbezug

- [bvik Webinar "bvik Trend-Talk 2023: Zukunft der B2B-Marketing-Kommunikation"](#)
- [TAG DER INDUSTRIEKOMMUNIKATION "TAG DER INDUSTRIEKOMMUNIKATION \(TIK\) 2023"](#)
- [bvik Blog-Beitrag "6 Expertenmeinungen zu den B2B-Marketing-Trends-2023"](#)
- [bvik Studien "bvik Trendbarometer Industriekommunikation Ergebnisse 2023"](#)
- [bvik Blog-Beitrag "Metaverse: Begriffsklärung und Relevanz für die B2B-Branche"](#)

[Mitglied
werden](#)

KONTAKTDATEN

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik)
Geschäftsstelle
Am Alten Gaswerk 20
86156 Augsburg

Tel: [0821 999 764-80](tel:082199976480)

E-Mail: geschaeftsstelle@bvik.org

