

Pressemitteilung

Zürich, 17. November 2016

Dr. Marc Rutschmann Keynote der DMM Dialog-Marketing-Messe

Was läuft falsch, wenn die Conversion nicht stimmt? Wie lässt sich die Conversion Rate erhöhen? Der Schweizer Kommunikationsexperte Dr. Marc Rutschmann wird sich auf der DMM Dialog-Marketing-Messe der Conversion widmen – der entscheidenden Größe im Marketing.

Dazu blickt Rutschmann in seiner Rede in den Kaufprozess von Konsumenten und Kunden und zeigt sowohl die Motivationen der Kunden als auch die Handlungshemmer. Rutschmann stellt ein Modell vor, das zur Erhöhung von Conversion Rates führt. Praxisbeispiele illustrieren, welches Vorgehen Resultaten bringt. Die sinnvolle Verknüpfung von Online- und Offline-Medien steht dabei im Mittelpunkt.

Grenzen im Marketing überschreiten

„Mit Dr. Rutschmann haben wir einen hochkarätigen Redner gewinnen können“, sagt DMM-Projektleiter Thomas Sillmann. Rutschmann sei bereits seit Jahrzehnten eine feste Größe im Schweizer Marketing. „Unsere Besucher werden enorm von seiner Erfahrung profitieren“, so Sillmann.

Die Verknüpfung der Kanäle, das Überschreiten von Grenzen im Marketing und der Fokus auf die Kunden sei bereits seit Jahren die große Herausforderung – nicht nur im Dialogmarketing, so der DMM-Projektleiter.

Daher habe man sich für die parallel stattfindenden Marketing- und E-Commerce Messen für 2017 eine stärkere Vernetzung entschieden. Das biete nicht nur ein spannendes Programm für die Besucher. Das bilde auch den Markt-Trend ab, in dem sich Online-Marketing, E-Commerce und haptische Werbung immer mehr ergänzen müssen, so Sillmann. „Die Zukunft gehört denen, die bereit sind, über die Grenzen ihrer eigenen Disziplin zu gehen.“

Über Dr. Marc Rutschmann

Der Autor ist Inhaber einer Agentur in Zürich, die auf handlungsauslösende Kommunikation spezialisiert ist. Die Agentur verfügt über eine eigene Forschungsabteilung, die Kaufprozesse von Konsumenten untersucht.

Ziel ist es, die Interventionsmöglichkeiten in Kaufprozessen zu orten: jene Stellen, wo ein Unternehmen mit seinem Marketing erfolgreich ansetzen kann, um Kunden ans Kaufen zu führen. Zu den Kunden zählen namhafte Hersteller von Fast Moving Consumer Goods, Hersteller und Händler in der Automobilbranche in der Schweiz und in Deutschland, Banken und Versicherungen sowie Telekommunikations- und Pharmaunternehmen.



DMM Dialog-Marketing-Messe

3. Fachmesse für die Schweizer Dialog-Marketing-Branche

www.dialog-marketing-messe.ch

Messe Zürich
5. April - 6. April 2017

Ihr Kontakt bei Rückfragen:
Felix Scherer
Tel.: +49 621 40 166-175
Fax: +49 621 40 166-400
E-Mail: f.scherer@boerding.com



boerding exposition SA
Firststr. 15
8835 Feusisberg
Tel.: +41 22 733 01 53
Fax: +41 22 73317-51
info@boerding.com
www.boerding.com

Marc Rutschmann ist Lehrbeauftragter der Universität St. Gallen. Er führt dort die Studenten in das kaufprozessorientierte Marketing ein; seit sechs Jahren fester Bestandteil des Master-Lehrganges. Mehrere Bücher sind von Marc Rutschmann erschienen, die neuesten: Abschied vom Branding, (2013); Reales Marketing; Kunden zum Kauf führen, (2014), zusammen mit Prof. Christian Belz.

Über die DMM Dialog-Marketing-Messe

Die Dialog-Marketing-Messe richtet sich ausschließlich an Geschäftsführer, Marketingfachleute, Vertriebsleiter, Entscheider aus der Print und Publishing Branche sowie Marketingentscheider aus Unternehmen, Verwaltungen und Non-Profit-Organisationen.

DMM Dialog-Marketing-Messe, 3. Fachmesse für die Schweizer Dialog-Marketing-Branche, findet am Mittwoch, 5. April 2017, 9.00 - 17.30 Uhr und am Donnerstag, 6. April 2017, 9.00 - 17.30 Uhr in der MCH Messe Schweiz statt.