

Marketing 2.0 Network am Start

30.11.2010, 13:55 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *fimakom*

Presseagentur: *fimakom communication network*



Alexander Körner, Initiator und Sprecher des Marketing 2.0 Networks

Marketing 2.0 Network: 11 Partnerunternehmen bieten gemeinsam die Antwort auf die hochdynamische Entwicklung von Social Media und die damit verbundenen Auswirkungen auf Unternehmen und deren Marktbearbeitung

Mit den Marketing 2.0 News – den relevantesten Informationen rund um Marketing 2.0 und Social Media - schafft das Network Orientierung im Begriffs- und Informationsdschungel und löst damit bereits eines seiner drei zentralen Ziele ein.

Frankfurt, 25. November 2010 – Mit dem Marketing 2.0 Network geht ein Verbund unabhängiger, Know how- und umsetzungsstarker Unternehmen an den Start, die gemeinsam alle Teilbereiche des Marketing 2.0 abdecken. Vorrangiges Ziel des Networks ist es, Kunden im hoch dynamischen Social Media-Zeitalter Orientierung, Bewertbarkeit und Sicherheit zu bieten. „Das Marketing 2.0 Network versteht den Wandel von Marketing und unternehmerischer Organisation durch Social Media und ist so in der Lage, Social Media für den Kunden verständlich, beherrschbar und nutzbar zu machen. Neben dem Marketing geht es jedoch auch darum, die Unternehmen und Organisationen so weiter zu entwickeln, dass sie den neuen Erfordernissen und Regeln im Social Media-Zeitalter entsprechen“, erklärt Alexander Körner, Geschäftsführer von lemon 5 - fresh consulting GmbH und Initiator des Marketing 2.0 Networks. „Wir zeigen, was Social Media für Unternehmen bedeutet, welche Chancen dieses Feld für sie bereit hält und wie das Potenzial ausgeschöpft werden kann.“

Einzigartiges Leistungsportfolio des Marketing 2.0 Networks

Das Marketing 2.0 Network ist die logische Konsequenz aus den veränderten Kommunikations- und Einflussmöglichkeiten der Verbraucher. Sämtliche Touchpoints der Unternehmen zum Markt sind davon betroffen. Ebenso die unternehmerische Organisation selbst. Entsprechend breit ist das Leistungsspektrum des Marketing 2.0 Networks: 11 „Schnellboote“ – jedes davon Experte in seiner Teildisziplin – bringen ihr Know how, Umsetzungsstärke und Manpower ein und lösen damit das zentrale Versprechen des Marketing 2.0 Networks ein: Kunden für alle unternehmerischen Implikationen von Social Media Disziplingrenzen übergreifend die passende Lösung anbieten zu können und die Lücke zwischen klassischem und digitalen Marketing zu schließen. Seine einzigartige Aufstellung ermöglicht es dem Network, unterschiedlichste Denk- und Arbeitswelten – von der Marktforschung über die Technik bis zum Rechtsbereich – so zu verbinden, dass ein integriertes Konzept mit abgestimmter Umsetzung über alle Disziplingrenzen hinweg gewährleistet werden kann.

Kundenerfahrung und Consumer Energy als Triebfeder der Veränderung

„Social Media verändert die Spielregeln der Kommunikation“, erklärt Marketing 2.0-Vordenker Körner. Verbrauchermeinung und Kundenerfahrung werden zu maßgeblichen Parametern für Präferenzbildung und Kaufentscheidung. Damit verschiebt sich die Deutungshoheit über Marken und Produkte vom Unternehmen zum Verbraucher, dessen Präsenz, Relevanz und Glaubwürdigkeit im Social Media-Zeitalter stetig zunimmt. „Diese veränderten Marktverhältnisse erfordern neues Denken und ein neues Marketing“, bekräftigt Körner und schlussfolgert. „Die Identifikation und Aktivierung von Consumer Energy sowie ihre Erschließung durch die Partizipation im Marketing-Prozess ist die künftige Kernaufgabe des Marketing.“

Marketing 2.0 News bieten Orientierung im Themendschungel

Mit den Marketing 2.0 News bietet das Network thematischen Neulingen wie versierten Experten die relevantesten Neuigkeiten rund um die Themenfelder Marketing 2.0 und Social Media. Angelehnt an das Modell des erfolgreichen Informationsdienstes digg kann sich hierbei jeder Leser involvieren und zum Co-Redakteur werden. Durch einfaches Verlinken interessanter Fundstellen, der Bewertung eingestellter Nachrichten auf ihre Relevanz oder deren Kommentierung wird mit jedem weiteren Akteur der Nutzwert der gesamten Plattform für die Leserschaft gesteigert. Das Marketing 2.0 Network stellt dafür die Plattform, sorgt für die Qualitätssicherung und beteiligt sich als einer von vielen am Informationsnachschub. Dieses Modell gewährleistet eine hohe Informationsdichte, -frequenz und -qualität sowie eine inhaltliche Neutralität zum Nutzen aller Leser. Die Votierung durch die Leserschaft sorgt dafür, dass die relevantesten News im Fokus stehen. Der Leser kann sich so schnell orientieren und auf dem Laufen halten.

„Unser Ziel ist es gemeinsam mit der Leserschaft und den publizierenden Experten im Markt eine Informationsdrehscheibe zu etablieren, die der zunehmenden thematischen Fragmentierung entgegen wirkt, Übersichtlichkeit herstellt und allen Beteiligten einen Nutzen bringt. Hierfür setzen wir als Enabler der Plattform auf das Prinzip der Schwarmintelligenz,“ betont Körner.

Weitere Infos unter www.marketing20-network.de

Facebook: [facebook.com/Marketing20Network](https://www.facebook.com/Marketing20Network) |

Twitter: [@Market20Network](https://twitter.com/Market20Network) |

YouTube-Channel: [Marketing20Network](https://www.youtube.com/Marketing20Network)

Marketing 2.0 Network - die 11 Partnerunternehmen

Diem & Partner

Partner für Legal 2.0: Lösungen für alle von Social Media tangierten Rechtsbereiche wie Arbeits-, Marken- und Datenschutzrecht.

Dr. Schengber & Friends GmbH

Partner für Support 2.0 und Community Management: Entwicklung und Management von Communities u.a. für den Kundensupport.

elbkind GmbH

Partner für Word of Mouth-Marketing: Entwicklung und Umsetzung von Kampagnen zur Erzielung von Mundpropaganda

fimakom communication network

Partner für PR 2.0: Unternehmenskommunikation und Reputation Management in Social Media.

HYVE AG – The Innovation Company

Partner für Co-Creation und Open Innovation: Lösungen zur Nutzung der Innovations-Ressourcen Kunde und Mitarbeiter sowie kollaborativer Entwicklungsprozesse.

impact Agentur für Kommunikation GmbH

Partner für PR 1.0: Entwicklung und Umsetzung Cross-Medialer Strategien für Produkt- und Unternehmenskommunikation.

lemon5 – fresh consulting gmbh

Partner für Marketing 2.0 Beratung und Unternehmensentwicklung: Potenzialbewertung, Strategieentwicklung, Implementierung, Organisationsentwicklung und Change-Management.

New.Ego GmbH

Partner für Social Technology Enabling: Entwicklung maßgeschneiderter Lösungen für das Social Web sowie das digitale Marketing.

VICO Research & Consulting GmbH

Partner für Social Analytics: Qualitative Analyse und automatisiertes Monitoring des Meinungsbildes in Social Media.

zweipol GmbH

Partner für Web Enabling: Entwicklung von Out-of-the-Box-Lösungen für Web und Social Web.

Portrait

Mit dem Marketing 2.0 Network ist Marketing im Social Media-Zeitalter machbar!

Das Marketing 2.0 Network ist die Antwort auf die hochdynamische Entwicklung von Social Media und den damit verbundenen Auswirkungen auf Unternehmen und deren Marktbearbeitung. Als Verbund von Spezialisten verfügt das Marketing 2.0 Network über die erforderliche Bandbreite, um alle von Social Media tangierten Bereiche kompetent abdecken zu können. Die einheitliche Ausrichtung aller Experten des Network gewährleistet ein integriertes Konzept und eine abgestimmte Umsetzung über alle Disziplingrenzen hinweg. Damit ist es in der Lage, für alle unternehmerischen Implikationen von Social Media die passende Lösung zu liefern.

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/490290/Marketing-2-0-Network-am-Start.html>