

Workshop 2

Digitale Markenführung zwischen Schwarm und Strom



challenging
communications 

challenging
communications 

Bewegtbild im Web

- Die Möglichkeiten des Bewegtbildes im Web werden gerade von Unternehmen noch deutlich zu wenig ausgeschöpft. Es geht darum, künftig durch spannenden Content Glaubwürdigkeit und Seriosität aufzubauen.
- Durch Bewegtbild im Web werden künftig nicht nur große Mainstreamformate, sondern auch Nischenangebote verfügbar.


T-Online fischerAppelt₁ profiling

Markenführung im Internet

- Marken gewinnen dadurch, dass sie eine gewisse Distanz aufbauen – die Nichterreichbarkeit ist ein wichtiger Aspekt der Begehrlichkeit von Marken. Wenn sich alles wie im Internet rasend schnell verbreitet, kann sich schnell ein falsches Gefühl verbreiten. Die Balance zwischen Erreichbarkeit und Unerreichbarkeit muss auch im Web gefunden werden.
- Qualität und Verlässlichkeit fehlen vielen Internetbrands. Genau aus diesem Grund ist es wichtig, heute mit Bewegtbild zu arbeiten, welches dieses transportiert.

· ·  · · Online · fischerAppelt₁ profiling


Unternehmenskommunikation

- Bei der Unternehmenskommunikation muss man sich immer die Frage der Zielführung stellen. Beispiel Blog: Ist es überhaupt zielführend, einen Blog einzurichten?
- Die durch das Internet veränderten Themenkarrieren werden bisweilen ignoriert. Vieles beginnt heute bei Spiegel Online fünf Minuten nach dem es passiert ist - und nicht am nächsten Morgen in der F.A.Z.

· ·  · · Online · fischerAppelt₁ profiling

Fazit

- Das gelernte Wissen über die Markenführung wird im Internet nicht auf den Kopf gestellt.
- Klassische Medien und Onlinekommunikation werden in Zukunft nicht mehr ohne einander auskommen.
- Das Internet ist die neue Bühne, Marken zu inszenieren.

 Das Internet wird künftig die zentrale Plattform der Markenführung.

