

Partner



HORIZONT



printed by

www.impact-congress.at

Verführung im Ausstellungsbereich

Zwischen den Vorträgen bietet die impactog genügend Zeit, um sich im wunderschönen Ambiente des Congress Graz im Ausstellungsbereich eingehend über die Kunst der Verführung zu informieren. Renommierete Unternehmen aus der Kommunikations-Branche bieten innovative Produkte und Dienstleistungen an. Experten stehen zum Erfahrungsaustausch zur Verfügung. Zu hochkarätigen Entscheidungsträgern ergeben sich verlockende Kontaktmöglichkeiten.

„Antenne Steiermark Award“ am Mittwoch Abend

Zum gesellschaftlichen Highlight wird die impactog, wenn am Abend des ersten Kongresstages die Preisträger des „Antenne Steiermark Award 2009“ präsentiert werden. Die besten Radiospots des Landes wurden von einer Expertenjury in sechs Kategorien ermittelt. Agenturen, Firmen und Institutionen fiebern der Preisverleihung ab 18 Uhr gespannt entgegen. Die Kongress-Teilnehmer der impactog sind zu diesem spannenden Ereignis herzlich eingeladen.



Neueste Informationen zur impactog erhalten Sie laufend durch unsere Mailings und Newsletter, über unsere Medienpartner, sowie unter www.impact-congress.at

www.impact-congress.at

impact

Kauf mich, mein Schatz!



Information

Veranstaltungsort

Congress Graz
Albrechtgasse 1 (Eingang Sparkassenplatz), 8010 Graz

Kontakt

Herbert Krajnc
T: +43 316 8088 - 247
E: herbert.krajnc@mcg.at

Birgit Feiertag

T: +43 316 8088 - 205
E: birgit.feiertag@mcg.at

Öffnungszeiten

Mittwoch, 11. März 2009	09.00 - 17.00 Uhr
Antenne Steiermark Award	ab 18.00 Uhr
Donnerstag, 12. März 2009	09.00 - 17.00 Uhr

Ticketpreise

Tagesticket Kongress	EUR 250,-
2-Tagesticket Kongress	EUR 440,-
Tagesticket Kongress bei Buchung bis 25. Februar	EUR 220,-
2-Tagesticket Kongress bei Buchung bis 25. Februar	EUR 390,-
2-Tagestickets Kongress ab einer Bestellmenge von 10 Tickets	EUR 290,-

Der Besuch der Ausstellung ist kostenfrei.

Weitere Infos und Ticket-Buchung:
www.impact-congress.at

Veranstalter

Messe Congress Graz
Betriebsgesellschaft m.b.H.
Messeplatz 1, 8010 Graz

congress | graz

KLEINE
ZEITUNG
www.kleinezeitung.at

Ganze Branche wird verführt!

GRAZ, AUSTRIA. Am 11. und 12. März 2009 lauern die Verführer im Congress Graz. An zwei Tagen wird den Besuchern der impact09 im Rahmen hochkarätiger Vorträge ganz gewaltig der Kopf verdreht.



Christian Mikunda auf Verführungstour in Graz. Im Rahmen der impact09 spricht der Papst der Kundenerlebnisse über verbotene Orte und inszenierte Verführungen am POS.

Kauf mich, mein Schatz!



www.impact-congress.at

impact

Kongressmesse für Marketing, Werbung, Verführung und Verkauf.

11. + 12. März 2009
Congress Graz

Nutzen Sie den Frühbucher-Bonus bis 25. Februar!

congress | graz

KONGRESSPROGRAMM

Vorträge, die verführen!

• Lassen Sie sich zu einem Besuch der impact09 verführen! Sonst werden Sie am Ende noch vorgeführt. Denn Sie werden es nicht für möglich halten, mit welchen Tricks, Erkenntnissen und mit welchem perfiden Wissen die Experten Ihnen die Augen öffnen. Wann kauft der Kunde? Warum? Und wieso dann doch nicht?



1. Kongresstag: 11. März

Uhrzeit Programm

ab 08.00 Get together / Registrierung

09.00 OPENING des impact09-Kongresses, Begrüßung, Grußworte und Congress-Preview

followed by



Future Shopping – Die neue Lust an der Verführung

Vier prägende Szenarien der Lifestyle- und Luxuswelt von morgen

Dr. Eike Wenzel
Trend- und Zukunftsforscher,
Chefredakteur Zukunftsinstitut

Gerade in schlechten Zeiten wächst die Sehnsucht nach dem besonderen Erlebnis. Als im November 2008 die Weltwirtschaftskrise mit Macht durchbrach, stiegen bei Google die Suchanfragen nach Luxusartikeln und -marken. Schlechte Zeiten sind gute Zeiten für neue Formen der konsumistischen Verführung. Eike Wenzel erläutert die wichtigsten Zukunftstrends im Konsum anhand von aufweckenden Thesen und inspirierenden Best-Practice-Beispielen



10.30 Kaffeepause –
Gelegenheit zum Besuch der Ausstellung

11.00 **Storytelling**

Wer die beste Geschichte erzählt, hat gewonnen!



Dr. Werner T. Fuchs
Propeller Marketingsdesign

Wo Sissi planschte und die Bardot im Lift stecken blieb, ist das gleiche Hotel, das uns mit der Behauptung lockt, die erste Adresse für anspruchsvolle Reisende zu sein, die Wert auf ein vornehmes Ambiente und die zentrale Lage eines luxuriösen Grandhotels legen. Fragt sich nur, für welche Geschichte wir lieber 250 Euro pro Doppelzimmernacht ausgeben wollen. Dr. Werner T. Fuchs erläutert in seinem Referat, warum Storytelling ebenso Handwerk wie Kunst ist, was die Neurowissenschaftler dazu meinen und wo es einsetzbar ist. Mehr über gute Drehbücher, geeignete Helden, gefährliche Widersacher, Regietricks, Spannungselemente und passende Kulissen erfahren Sie, wenn es heißt: Vorhang auf für Storytelling!



12.00 Mittagslunch –
Gelegenheit zum Besuch der Ausstellung

13.30



Die Don Juan-Strategie: Verkaufen Sie noch oder verführen Sie schon?

Was wir von Casanova, Kleopatra und Co lernen können.

Nicola Fritz, Kommunikations- und Verkaufsexpertin, Top-Trainerin

Von Natur aus sind wir für Verführung empfänglich. Wir sehnen uns danach, aus unseren Routinen herausgerissen zu werden, etwas zu erleben, das uns bewegt. Der Verführer weiß, welche Leere seine Zielperson spürt und füllt diese Leere mit der richtigen Strategie. Doch es sind die Widerstände, die den Reiz der Verführung ausmachen. Der Verführer versteht es, diese Widerstände für sich zu nutzen. Und damit lenkt er die Menschen dorthin, wo er sie haben will... Stopp! Sind das nicht auch die wesentlichsten Faktoren im Verkauf?

15.00 Kaffeepause –
Gelegenheit zum Besuch der Ausstellung

15.30



Reiz ist Geil!

Wie Sie mit b2b-Marken verführen!

Klaus Dieter Koch
Markenstrategie

Es geht nicht um Bekanntheit, sondern um Begehrlichkeit. Es geht um Wirksamkeit jenseits von viel Werbung. Es geht darum dem Kunden die eigenen Spitzenleistungen ohne Verlust zu vermitteln und so das Wertempfinden

den für seine Produkte zu erhöhen und damit den Kunden dazu zu bringen mehr zu bezahlen. Es geht darum unvergleichbar zu sein.



17.00

Kongress-Review

followed by

Ausklang bei Cocktails & Co.

18.00

„Antenne Steiermark Award“



2. Kongresstag: 12. März

Uhrzeit Programm

ab 08.00 Get together / Registrierung

09.00 Begrüßung und Kongress-Preview

followed by



Die inszenierte Verführung

Erlebnis-Planung in Zeiten der Nachdenklichkeit

Dr. Christian Mikunda
Vordenker der neuen Erlebniswelten

Früher hieß es: „Wer nicht lächeln kann, soll kein Geschäft eröffnen.“ Später galt: Wer nicht bereit war, seinen Kunden ein Mindestmaß an Erlebnissen zu schenken, der hatte es schwer. Doch während damals noch die inszenierte Flucht in eine Traumwelt im Vordergrund stand, ist jetzt eine gewisse Nachdenklichkeit eingetreten. Christian Mikunda enthüllt die dramaturgischen Kunstgriffe und psychologischen Mechanismen hinter der authentischen Verführung und gibt konkrete Tipps für Werbung, PR, Messen, POS, Events.



11.00 Kaffeepause –
Gelegenheit zum Besuch der Ausstellung

11.30



Blicktricks. Sehen und gesehen werden!

Eine Anleitung zur visuellen Verführung

Uwe Stoklossa
Buchautor, Texter, Mitarbeiter
an der Hochschule Essen

Wie viele Zeitungen und Magazine haben sie in der letzten Woche durchgeblättert? Und an wie viele Anzeigen, die sie darin gesehen haben, können sie sich noch be-

wusst erinnern? Sie sehen, dass sie (fast) nichts sehen. Und das ist bitter, wenn man weiß, wieviel Geld täglich für Werbung ausgegeben wird, die anscheinend keiner sehen will. Was also ist das Geheimnis von Anzeigen, die man nicht sofort umblättert, sondern denen man freiwillig einen zweiten Blick schenkt? Das Geheimnis sind die „Blicktricks“: zehn visuelle Grundphänomene die zum Hinsehen verführen und die Werbung wirken lassen.



12.30 Mittagslunch –
Gelegenheit zum Besuch der Ausstellung

14.00



Neuromarketing

Mit Neuronen zu Millionen

Mag. Arndt Trainkl
retail branding AG

Das Umfeld im Einzelhandel ist heutzutage von höchster Marktsättigung geprägt. Dadurch sinkt die Bereitschaft der Kunden, sich über Produkte zu informieren und es wird immer schwieriger, durch den Filter der selektiven Wahrnehmung zu gelangen. Zusammen mit dem Ludwig-Boltzmann-Institut hat Arndt Trainkl in den letzten Jahren eine aufsehenerregende Studie zu den Themen Neuromarketing und Einzelhandel durchgeführt. Die Ergebnisse der Messungen von Gehirnaktivitäten zu visuellen Warenbildern oder Geruchswahrnehmungen bilden eine starke Waffe im Kampf um den Kunden.

15.00 Kaffeepause –
Gelegenheit zum Besuch der Ausstellung

15.30



Top Emotional Selling

Verkaufen mit Herz & Verstand!

Ingo Vogel
Experte für Emotionales
Verkaufen, Bestsellerautor

Kunden kaufen Emotionen. Und hier zuallererst das gute Gefühl, das der Verkäufer bewirkt. Fest steht: Rein sachliche Entscheidungen gibt es nicht. Fachkompetenz allein reicht daher heute nicht mehr, um wahrgenommen zu werden, erfolgreich zu überzeugen und zu verkaufen. Erleben Sie, wie Top-Berater und Spitzenverkäufer der Zukunft Kunden durch verbindliche, abschlussstarke PowerSprache und ein richtig starkes Gefühls- und Beziehungsmanagement überzeugen, emotional an sich Binden – und faszinierend gut verkaufen!



17.00 Kongress-Review