

Pressemitteilung

13. Juni 2012

DOMSET Live-Kommunikation erneut für Devro

Global Sales Conference 2012: neue Markenwerte im Fokus

Never change a winning team: Erneut hat DOMSET Live-Kommunikation ein internationales, markenstrategisches Event für Devro umgesetzt. Zur 2012 in Frankfurt stattfindenden „Global Sales Conference“ standen die neuen Markenwerte des Konzerns im Fokus. Bei der Konzeption des internationalen Arbeitstreffens setzten die Kölner Kreativen auf Teamgeist und Interaktion.

Devro ist einer der weltweit führende Lieferant von Kollagendärmen für Lebensmittel mit Produktions- und Vertriebsstandorten in Australien, China, Großbritannien, Japan, Neuseeland, Russland, der Tschechischen Republik sowie den USA. Zur viertägigen „Global Sales Conference“ Mitte Mai trafen sich die Verkaufsverantwortlichen aller Länder. Ziel war es, unter dem Motto „Value not Price“ die neuen Markenwerte des Unternehmens zu vermitteln und in den weltweiten Vertrieb zu überführen. „Wir haben nicht nur unsere Ziele erreicht, uns hat auch das außergewöhnlich große, positive Feedback der Teilnehmer überwältigt“, sagt Will Blair, Director of Marketing, Devro, und erläutert: „Wir legen bei Devro sehr viel Wert auf hohe Standards. DOMSET hatte uns zur IFFA 2010 schon mit ihrer mutigen Knack-Idee und deren hochprofessionellen Umsetzung zur Messe überzeugt. Die Zusammenarbeit zur Global Sales Conference hat diese Erfahrung mehr als bestätigt.“

Begreifen, anwenden, verinnerlichen - und evaluieren

Begreifen, anwenden und verinnerlichen: In der Konzeptionierung für dieses hoch strategisch ausgerichtete Event setzte DOMSET vor allem auf die aktive Zusammenarbeit und den standortübergreifenden Austausch zwischen den Teilnehmern. So wurde die Herausforderung, rund 70 Personen aus vier Kontinenten auf einen Nenner zu bringen, zur eigentlichen Lösung: Das Konferenzprogramm umfasste neben der Initialrede des CEO Peter Page und der Key Note von Verkaufstrainer Thomas Burzler vor allem zahlreiche praxisnahe Workshops, in denen international durchmischte Gruppen den Devro-Wertekanon auf ein gemeinsames Themengebiet anwendeten. Das anschließende Teambuilding in Form eines „Murmelbahnbaus“ vereinte als Tagungshighlight alle Markenwerte zum großen Ganzen. Dabei wurden als besonderer Anreiz Marktveränderungen simuliert, auf die die Teams mit Entwicklung von flexiblen Lösungsstrategien reagieren mussten.

Das gesamte Konferenzdesign sorgte für beste Ergebnisse und motivierte die internationalen Führungskräfte, was nicht zuletzt durch die von DOMSET durchgeführte Erfolgsmessung der Veranstaltung bestätigt wurde. Deren Ergebnisse umfassten nicht nur die Zufriedenheit der Befragten mit dem Event selbst, sondern fokussierten vor allem die Erreichung der unmittelbar gesetzten Kommunikationsziele „Etablierung des Devro-Wertekanons“ und der zukünftigen Markenpositionierung. „Eine valide und objektive Erfolgsmessung wird für viele unserer Kunden immer wichtiger. Strategische Evaluierungen dienen neben der Ergebniskontrolle als wertvolle Instrumente für die inhaltlich-konzeptionelle Ausrichtung von Folgemaßnahmen“, sagt Oliver Malat, Kreativdirektor bei DOMSET.

DOMSET Live-Kommunikation

DOMSET ist eine inhabergeführte Agentur für Live-Kommunikation mit Sitz in Köln. Einen besonderen Namen hat sich die Kreativschmiede in den Bereichen Events, Incentives und Teambuildings gemacht. Weitere Schwerpunkte liegen in der strategischen Kommunikation, die von Off-Site Meetings bis hin zu Messeevents und Guerilla-Marketing reicht. Kern des Erfolgs der Ausnahme-Agentur ist die intensive, zielgruppengenaue Beratung sowie ihr Fokus auf die nachhaltig positive Wirkung ihrer Veranstaltungen.

Mehr Informationen unter: www.domset.de

Kontakt für die Presse

Kerstin Männer
Presse.Text.Konzept
Fon: +49 (0)221 - 16 99 59 30
E-Mail: info@kerstinmaenner.com