

„VME Digitale.23“ Mehr als 600 Besucher

Donnerstag, 25.05.2023



Das Orgateam der VME Digitale.23. Foto: VME

Bei der „VME Digitale.23“, dem Kongress für Digitales, Brands & Marketing, stehen am 24./25. Mai erstmals die vielfältigen digitalen Services und deren Anwendungsmöglichkeiten sowie die Dienstleistungen des Einrichtungspartners VME im Fokus.

Neben Tech-Themen werden verschiedene Best Practices aus den Bereichen Marketing, Kommunikation und Brand Management vorgestellt und deren Nutzen in den Mittelpunkt gerückt. Die „VME Digitale.23“ ist ein in dieser Form bislang einzigartiges Format in der Branche und richtet sich gezielt an die Experten und operativen Mitarbeitenden der rund 200 angeschlossenen Gesellschaftsunternehmen.

Mit langjährigen Partnern und Unterstützern wie Ametras, Diomex, Cekaso, Mediahaus, SHD und Vogelsänger Studios (allesamt Platin-Partner) und Intelligentgraphics, Huckleberry Friends, Lahoma, Ebay, Moebel.de, MaxPro, Schleifenbaum und Institut Service-Check (allesamt Gold-Partner) und vielen mehr, trifft sich das „who is who“ der Branche in der verbandseigenen Messehalle zu einem bis dato einzigartigen Event.

Ob Artikeldatenanlage oder Auftragsprüfung, Erstellung von Werbemitteln oder Umsetzung von Kampagnen, Employer Branding und Recruiting, IT oder Prozessoptimierung – hinter den Kulissen eines jeden, bei VME angeschlossenen Gesellschafters agieren engagierte Fachkräfte, die mit dem innovativen Format aktiv angesprochen werden sollen. In den jeweiligen Unternehmen sollen diese relevante Projekte

vorantreiben um für die Zukunft optimal aufgestellt zu sein.

Im Zuge des Kongresses bieten sich den Besucherinnen und Besuchern vielfältige Möglichkeiten zum Netzwerken und zur Interaktion mit den mehr als 50 erfolgreich am Markt etablierten Ausstellern aus den Bereichen E-Commerce, Digital Marketing, Data & Business Intelligence oder Customer Relationship Management.

Im Mittelpunkt des Kongresses stehen rund 50 inspirierende Impulsvorträge und Masterclasses von namhaften Speakern wie Maike Schnell (Google Germany), Lasse Rheingans (Rheingans), Oliver Pönisch (ZTOP), Florian Berger (&Myk), Sebastian Sproedhuber (Interliving Frey) und Stefan Wagner (Territory).

Dank der übersichtlichen Veranstaltungs-App fällt die Navigation durch mehrere Etagen der 12.000m² großen Messehalle leicht, sodass sich die Besucherinnen und Besucher voll auf das attraktive Rahmenprogramm konzentrieren können. Ein begehrter „Inner Circle“ beschreibt den „Lebenszyklus“ eines Möbelstückes von der Beschaffung über verschiedene Stationen der Anreicherung mit digitalen Produktdaten, der Aufbereitung für Werbe- und Online-Kampagnen und der Ausspielung in Onlineshops und Marktplätze bis hin zum Ziel – der perfekt ausdekorierten Koje im Möbelhaus. Welche Phasen ein jedes seitens der Verbundgruppe eingekauftes Produkt durchläuft bzw. dank der speziell dafür entwickelten Tools und Services durchlaufen kann und welche Mehrwerte dadurch entstehen, wird den Kongressteilnehmenden anschaulich näher gebracht.

Eine weitläufige, moderne Loungefläche bietet genügend Platz und die passende Atmosphäre zum fachlichen Austausch und zum Netzwerken in lockerer Atmosphäre. Seitens der Besucherinnen und Besucher wird dies ebenso gut angenommen wie von Ausstellern und Speakern.

„Mit der „VME Digitale“ möchten wir eine Plattform schaffen, um unsere Mitglieder dabei zu unterstützen unsere vielfältigen digitalen Maßnahmen zu verstehen und zu nutzen. All unsere Services greifen nahtlos ineinander und entfalten erst im Zusammenspiel ihr volles Potenzial mitsamt aller Mehrwerte. Das neue Veranstaltungsformat ermöglicht uns auf einzigartige Weise die Erklärung dieses komplexen Zusammenspiels. Wer diese Gelegenheit nicht nutzt, hat etwas verpasst!“, so Sebastian Moos, Chief Digital Officer beim VME. „Unser oberstes Ziel war es, mit der „VME Digitale.23“ eine regelrechte Aufbruchstimmung zu erzeugen und die Vernetzung operativer Mitarbeitender untereinander zu pushen. Zudem war und ist es uns ein Herzensanliegen, klar und anschaulich zu vermitteln wie die VME-Roadmap von A bis Z aussieht und welche digitalen Tools und Services für eine top Performance passgenau zum Einsatz kommen können“, betont Jessica Biondi, Leiterin Brand Management. Insbesondere die Vielfalt aktueller Masterclass-Themen zog Interessent:innen aus ganz Deutschland an. „Das breite Themenspektrum in den Bereichen Marketing und Digitalisierung führt zu mehr Komplexität und dazu, dass Mitarbeitende kontinuierlich weiterentwickelt werden sollten um die nötigen Kompetenzen mitzubringen. Unser Kongress ist die perfekte Gelegenheit, sich relevanten Themen fokussiert zu widmen“, so Marketingleiterin Katja Sladky. Einstimmig bestätigt das Einrichtungspartnerring VME-Team die Premiere als „rundum gelungen“.

Mehr als 600 Besucher