

PARIS, September 20, 2013 /PRNewswire/ --

Auf der Grundlage des Erfolgs und der Auswirkungen der ersten Ausgabe im Januar 2013 im Pariser Institut für politische Studien (Sciences Po Paris), an der 250 Besucher teilnahmen, findet die zweite Ausgabe des internationalen Kolloquiums **ReputationWar**, die von Christophe Ginisty in Zusammenarbeit mit Syntec Conseil en Relations Publics und der International Public Relations Association (IPRA) organisiert wird, am Freitag, 17. Januar 2014, im prestigereichen Edouard VII-Theater in Paris statt.

Das sowohl schwierige als auch aktuelle Thema lautet "**Sentimental Crowds**".

Ziel von ReputationWar ist es, die neuesten Herausforderungen des Reputationsmanagements in einer vernetzten Welt aus der Perspektive des Massenverhaltens und der Psychologie zu entschlüsseln. Dazu gibt es drei Hauptthemen:

- **Ansichten:** Was führt zu richtigen oder falschen Überzeugungen der öffentlichen Meinung, und welche Rolle spielt das Internet bei dieser Entwicklung?
- **Emotionen:** Wie wichtig ist der emotionale Faktor für die Beziehung zwischen Konsument und Marke? Was führt zur Entscheidung, mit einer Organisation zu arbeiten oder nicht?
- **Engagement:** Was führt zur Mobilisierung der öffentlichen Meinung in sozialen Medien? Welche Auswirkungen sollte dies auf Strategien beim Reputationsmanagement haben?

"ReputationWar besteht aus einer Reihe von Beiträgen und ,One-on-One-Gesprächen' mit Autoren, Forschern und Spezialisten für Sozialwissenschaften, Reputation und sensible Kommunikation aus verschiedenen Ländern", fügte Christophe Ginisty, der Gründer der Veranstaltung, hinzu. "Die erste Ausgabe war so erfolgreich, weil wir das Thema im Vergleich zu anderen Veranstaltungen, die solche Phänomene aus rein technologischer Sicht analysieren, aus einer breiter angelegten Perspektive betrachtet haben. Unser Ansatz ist einzigartig, weil er die jeweiligen Verhaltensweisen der öffentlichen Meinung und der Verbraucher untersucht, die für das Reputationsmanagement grundlegend sind."

Die Veranstalter sind offen für Anregungen zu der Thematik, und interessierte potenzielle Referenten sind dazu eingeladen, ihre Beitragsvorschläge an speaker@reputationwar.com zu senden. Das vollständige Programm wird auf der Website der Veranstaltung <http://www.reputationwar.com> veröffentlicht und auf Twitter verlinkt: **@ReputationWar**

.

Hinweise an die Redaktion:

> Weitere Informationen und Kontaktdaten finden Sie auf <http://www.reputationwar.com>

> Die Anmeldungen laufen bereits. Der Preis für Frühbucher bis zum 15. Oktober 2013 beträgt 305 Euro pro Person, was einen Rabatt von 30 % des vollen Preises darstellt.

> Die erste Ausgabe von ReputationWar fand am 11. Januar 2013 in der Sciences Po Paris statt und zog mehr als 250 Teilnehmer an, denen Beiträge von 20 Spezialisten aus Frankreich und dem Ausland geboten wurden.

Informationen zu Christophe Ginisty

Christophe Ginisty ist Spezialist für Kommunikation und den Einfluss der digitalen Revolution.

Er begann seine Karriere im Alter von 24 Jahren mit seiner eigenen Unternehmensberatung Rumeur Publique, die sich zu einem der führenden PR-Beratungsunternehmen mit dem Schwerpunkt Technologien in Frankreich entwickelt hat. 2011 wurde er unter dem Titel "European Digital Evangelist" Vice President für Europa, den Nahen Osten und Afrika bei Edelman. 2013 wurde er zum Präsidenten der International Public Relations Association (IPRA) gewählt und organisierte ReputationWar erstmals im Januar 2013 mit dem Ziel, das Thema Reputationsmanagement von der technischen Diskussion um die sozialen Medien loszulösen. Ginisty ist ein leidenschaftlicher Beobachter der Auswirkungen der digitalen Revolution auf die Gesellschaft und startete im November 2004 seinen eigenen Blog. 2008 gründete er die NGO Internet Sans Frontières und 2010 veröffentlichte er den Essay

A

Ilons enfants de l'Internet

(Hrsg. Editions Diateno). Christophe Ginisty hält außerdem Vorlesungen zu den Themen Public Affairs und Beeinflussungsstrategien am INSEEC in Paris

SOURCE ReputationWar