

Frühbucherrabatt
bis zum 29. Februar 2008!
Sparen Sie € 100,-!

Das Forum für Kundenbeziehungsmanager

Der Kunden- Kongress 2008



Mehr CRM-Power durch kundenwertorientierte Marktbearbeitung!

Fachliche Leitung:

Best CRM-Practise von:



Prof. Dr. Armin Töpfer
Technische Universität Dresden



Roland N. Berner
Siemens AG



Dr. Alexander Decker
Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG



Uwe Lamnek
HanseNet Telekommunikation GmbH



Max Wittrock
Mymuesli GmbH

Europas führender Zeit-
Management-Experte:



Prof. Dr. Lothar J. Seiwert
Seiwert-Institut GmbH

27. und 28. Mai 2008
Kongress + Fachausstellung
in Frankfurt am Main

Hochkarätige Referenten

Topaktuelle Beiträge

- 2 Vertiefungs-Workshops
 - Den Kundenwert strategisch managen am 26. Mai 2008
 - CRM-Projektmanagement am 29. Mai 2008

4 parallele Fachforen für B-to-B und B-to-C

Begleitende Fachausstellung

Sponsoren:



Medienpartner:



Kooperationspartner:

Versandpartner:



Die aktuellen Brennpunkte des Kongresses:

- **Die CRM-Organisation der Zukunft**
So gestalten Sie CRM-Prozesse kundenorientiert!
- **Den Return on CRM-Investment erreichen**
So steuern Sie mit Top-Kennzahlen!
- **CRM X.0 – die neue Macht des Kunden**
So arbeiten Sie mit Foren, Blogs & Co.!
- **Strategische Neukundengewinnung**
So messen Sie Erfolge und identifizieren Potenziale!
- **Modernes Beschwerdemanagement**
So begeistern Sie Ihre Kunden!
- **Technologie folgt CRM-Prozess**
So nutzen Sie Software strategiegerecht!

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 06196/4722-700

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir laden Sie herzlich zum Kunden-Kongress 2008, der 8. Jahrestagung für Kundenbeziehungsmanager, ein. Die CRM World 2008 steht in diesem Jahr unter dem Motto: **CRM-Power durch kundenwertorientierte Marktbearbeitung!**

Mit kundengerechten Konzepten nah am Markt zu bleiben und gleichzeitig eine profitable Kundenbeziehung zu realisieren – vor dieser Herausforderung stehen Sie heute ständig. Unternehmer besinnen sich daher wieder mehr und mehr auf die Wurzeln erfolgreichen Unternehmertums: auf den **Wert des Kunden**. Bestehende Kunden binden, neue Kunden gewinnen, „schlafende“ Kunden aktivieren und Abwanderungen stoppen – dies sind noch immer die wichtigsten Ziele des CRM.

Im Vordergrund des Kongresses stehen konkrete – direkt in die Praxis umsetzbare – Konzepte, welche dazu beitragen, Kundenpotenziale gezielt aufzubauen, Kosten konsequent zu senken, Prozesse zu optimieren und Umsätze nachhaltig zu steigern. Der Kunden-Kongress 2008 bietet Ihnen mit hochkarätigen und innovativen Vorträgen moderne Tools und die Best Practise der modernen Kundenbindung.

Customer Relations profitabel managen!

Das Kundenmanagement kann jedoch nur dann rentabel sein, wenn Sie es strategisch und systematisch weiter entwickeln! Modernes Customer Relationship Management bedeutet, den ertragsstarken Kunden mit dem richtigen Angebot über den perfekten Vertriebsweg anzusprechen. IT, Marketing, Vertrieb und Customer Service müssen sich zusammensetzen, um **kundenwertorientiert zum Verkaufserfolg** zu gelangen! Lernen Sie anhand der vielen **Best Practise-Beispiele** die Methoden und Strategien für eine effiziente Gestaltung Ihres CRM kennen.

Stellen Sie Ihr CRM hinsichtlich Prozesse, Kundenorientierung und Wirtschaftlichkeit auf den Prüfstand!

Lernen Sie von den Besten! Experten zeigen den Weg. Zahlreiche Fallbeispiele belegen, wie erfolgreiche Unternehmen ihr Kundenmanagement zukunftsorientiert ausgerichtet haben.

Hören Sie u.a. folgende Top-Beiträge

Wir haben für Sie interessante Keynote-Speaker gewinnen können!

- **Dr. Alexander Decker**, Director CRM Strategy & Analysis bei **Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG**, zeigt Ihnen, wie ein effizientes CRM-Kennzahlen-System aufgebaut ist.
- **Uwe Lamnek**, Director Customer Service der **HanseNet Telekommunikation GmbH (ALICE)**, stellt anschaulich dar, wie ein effektives Multi-Channel-Management den Unternehmenswert steigert.
- **Roland N. Berner**, Vice President Services, Corporate Supply Chain and Procurement der **Siemens AG** macht deutlich, wie der Wechsel vom Produkt-Unternehmen zum kundenorientierten Dienstleistungs-Unternehmen vollzogen wurde.
- **Max Wittrock**, Geschäftsführer der **Mymuesli GmbH**, stellt vor, wie sein Unternehmen mit „User generated Frühstück“ zur perfekten Kundenbeziehung beiträgt.
- **Prof. Dr. Lothar Seiwert**, Inhaber der **Seiwert Institut GmbH** und Europas führender Zeitmanagement-Experte, vermittelt Ihnen anschaulich, wie Sie „Einfach mehr Zeit für das Wesentliche“ finden.

Es erwarten Sie:

- ✓ Der **Fachkongress**, auf dem Sie eine spannende Mischung von zukunftsweisenden Vorträgen hochkarätiger Referenten und handfesten Berichten aus der Unternehmenspraxis erleben.
- ✓ **Parallele Fachforen**, die Sie nach Ihren individuellen Interessenschwerpunkten besuchen können.
- ✓ **Vertiefungs-Workshops**, in denen Sie Ihr erlerntes Wissen vertiefen und festigen können.
- ✓ **Erfahrungsaustausch** und **Networking** – Nutzen Sie diese Plattform, um wertvolle Kontakte zu knüpfen und sich mit Fachleuten auszutauschen.

Sie haben noch Fragen? Gerne!



J. Becker

Jennifer Becker
Kongress Managerin
Tel.: 0 61 96/47 22-653
E-Mail: becker@managementcircle.de

Grußwort zur CRM World 2008

Sehr geehrte Damen und Herren,

„Die besten Ideen kommen mir, wenn ich mir vorstelle, ich bin mein eigener Kunde.“

Dieser so einfache und doch so treffende Ausspruch von Charles Lazarus, dem Gründer des erfolgreichen Unternehmens Toys“R“Us zeigt deutlich, wie wichtig der Kunde im Gesamtgefüge unternehmerischer Betrachtungen ist. Die Bedürfnisse des Kunden zu erfüllen und seinen Wünschen zuvorzukommen, ist eine große Herausforderung – gerade in Zeiten von nicht abreißen den Angeboten, die dem Kunden offeriert werden. Für Unternehmen ist es daher wichtiger denn je, den Wert eines jeden Kunden richtig einzuschätzen.

Ich freue mich sehr, dass Management Circle mit der 8. CRM World in Frankfurt das Thema kundenwertorientiertes Management in den Mittelpunkt rückt. Sie werden in der kundenorientierten Metropole Frankfurt die Gelegenheit haben, einen differenzierten Überblick über die neuesten Entwicklungen und Methoden auf dem Gebiet des Kundenbeziehungsmanagements zu erlangen. Finden Sie in zahlreichen Fachvorträgen individuelle Lösungen für Ihr Unternehmen und erfahren Sie, wie Sie CRM-Prozesse in unterschiedlichen Branchen kundenorientiert gestalten. **Die CRM World hat sich zum Ziel gesetzt, Orientierung für ein gezieltes Kundenmanagement in Ihrem Unternehmen zu geben und zukünftige Anforderungen an das Management und die Mitarbeiter aufzuzeigen.**

Allen Veranstaltern, Besucherinnen und Besuchern wünsche ich einen erfolgreichen Verlauf der Veranstaltung sowie viele Anregungen, die Sie in Ihrem Unternehmen gewinnbringend umsetzen können.

Es würde mich sehr freuen, wenn Sie neben Ihrem reichhaltigen Konferenzprogramm noch Zeit und Muße fänden, einige Sehenswürdigkeiten von Frankfurt näher kennen zu lernen.

Auch hierfür wünsche ich Ihnen einen schönen Aufenthalt in unserer Stadt.

Mit freundlichen Grüßen



Petra Roth

Petra Roth
Oberbürgermeisterin der Stadt Frankfurt am Main



Prof. Dr. Armin Töpfer
Leiter des Lehrstuhls für Marktorientierte
Unternehmensführung,
Technische Universität Dresden
Chairman,
M+M Consulting GmbH



„Das klassische Handwerkszeug der CRM-Branche reicht heute nicht mehr aus. Ebenso wichtig sind betriebswirtschaftliches Denken, moderne Planungsmethoden und eine genaue Kenntnis der sich verändernden CRM-Landschaft. Der Kunden-Kongress 2008 bietet dieses Wissen in kompakter Form, zugeschnitten auf die Bedürfnisse der Verantwortlichen im Kundenmanagement.“



Harald Henn
Inhaber,
MarketingResultant



„Nach Jahren der Kostensenkung stehen die Zeichen in vielen Unternehmen auf Wachstum. CRM ist ein kritischer Erfolgsfaktor für Neukunden-Gewinnung und Ausschöpfung des Potenzials bei Bestandskunden. Die CRM World zeigt Ihnen, wie Sie mit CRM systematisch Ihre Verkaufserfolge steigern.“



Kerstin Köder
Leiterin Bestandskunden-Marketing,
debitel AG



„Die CRM-World – Der Kunden-Kongress 2008 bietet Ihnen weit mehr als nur die theoretischen Grundlagen für die operative wie strategische Führung und Erfolgskontrolle Ihres Kundenmanagements. Profitieren Sie nachhaltig von den Praxisberichten und den Erfahrungen unserer Referenten. Die Jahrestagung lege ich allen ans Herz, die in Unternehmen, aber auch in Beratungen heutzutage zum Thema CRM mitreden wollen.“



Martin Nitsche
Leiter CRM,
Dresdner Bank AG,
Vizepräsident des **DDV**



„Die Optimierung des kundenwertorientierten Managements hat sich branchenübergreifend zum entscheidenden Schlüssel für den Unternehmenserfolg entwickelt. Um in einem hochdynamischen Marktumfeld agieren zu können, sind die Konfiguration und kontinuierliche Optimierung flexibler CRM-Bausteine erforderlich. Der entscheidende Wettbewerbsvorteil lässt sich nur durch die Betrachtung von unternehmensübergreifenden Prozessen und das reibungslose Zusammenspiel aller beteiligten Organisationen und Systeme erreichen.“

Ihr Abend-Event am 1. Kongresstag

Der CRM-Empfang im Schloss Höchst!



Zum Abschluss des ersten Kongresstages laden wir Sie herzlich ein zu einem entspannenden Abend-Event am 27. Mai ab 19.15 Uhr im Schloss Höchst, dem imposanten Renaissance-Bau aus der Mitte des 16. Jahrhundert. Die Veranstaltung findet in der **stilvollen Kaminhalle** statt, in der Sie den Geist vieler Jahrhunderte erleben mit antikem Mobiliar und Kunstwerken.

Genießen Sie ein Get-Together mit ausgefallenem Buffet an historischer Stätte! Diskutieren Sie in ungezwungener Atmosphäre Ihre Themen des Tages und nutzen Sie die Gelegenheit, wertvolle Kontakte zu knüpfen! Wir wünschen Ihnen einen vergnüglichen Abend!

Showtime mit dem Subito! Improvisationstheater



Genießen Sie unseren Abend-Event:

Subito! ist mehr als Theater! Denn bei Subito! ist der Kunde König, und was gespielt wird, bestimmen Sie als Zuschauer! Klingt unglaublich? Ist es auch. Die Schauspieler schrecken vor keiner Aufgabe zurück und erfüllen kompetent jeden Wunsch – ob lyrisch, absurd oder komisch. Jede Show ein Unikat – jede Show eine Uraufführung!

Pressestimmen zu Subito!:

- ◆ „Ist die Crew aufeinander eingespielt und sind ihre Mitglieder Profis, dann hat wiederum auch das Publikum etwas davon.“ (Wiesbadener Tagblatt, 30.11.2006)
- ◆ „Die Schlagfertigkeit der Akteure ist jedenfalls unglaublich.“ (Frankfurter Rundschau, 16.04.2007)

Plenum

Vorsitz:



Prof. Dr. Armin Töpfer
Leiter des Lehrstuhls für Marktorientierte
Unternehmensführung,
Technische Universität Dresden,
Chairman, **M+M Consulting GmbH**, Dresden

8.15 Eröffnung der Fachausstellung und Ausgabe der Kongressunterlagen an die Teilnehmer

9.00 Begrüßung durch Management Circle und den Vorsitzenden

9.15 CRM-Kultur: die Bedeutung der Mitarbeiterentwicklung zum Nutzen einer positiven Kundenbeziehung

- Qualifizierungskonzept
- Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit
- Nutzen für den Kunden



Torsten Niemann
Leiter Kundenmanagement,
LichtBlick – die Zukunft der Energie GmbH & Co. KG,
Hamburg

10.00 Vom Produkt-Unternehmen zum kundenorientierten Dienstleistungs-Unternehmen: Der Strategie-Vortrag von Siemens

- Makroökonomische Umfeldbedingungen
- Haupthebel für profitables Wachstum im Dienstleistungsgeschäft
- Konkrete Praxis-Beispiele aus Siemens-Bereichen zur Steigerung des Dienstleistungsgeschäftes



Roland N. Berner
Vice President Services, Corporate Supply
Chain and Procurement,
Siemens AG, München

10.45 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

11.15 Kundenmanagement und Unternehmensstrategie
Der Vortrag zeigt auf eindrucksvolle Weise, wie die jeweilige Unternehmensstrategie den Erfolg eines proaktiven Kundenmanagement bestimmt

- Die Unternehmensstrategie als „Mutter“ des Unternehmensplanungs-/Kundenplanungsprozesses
- Die Unternehmensstrategie im „Dienste der Kunden“ oder im „Dienste des Unternehmens“?!
- Die Übersetzung von innen nach außen oder „Vorbild wirkt“!



Hans-Joachim Kolk
Geschäftsführer,
Hilcona Feinkost GmbH, Leinfelden-Echterdingen

12.00 Business Lunch und Besuch der Fachausstellung

14.00 – 16.15 PARALLELE FACHFOREN 1 und 2 →→→

16.15 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

16.30 Direct-Marketing und CRM

- Entwicklungen im Direct-Marketing von Kreditinstituten
- Mailing-Kampagnen als zentrale Instrumente
- Kundenselektionsmethoden im Bankgeschäft
- Integriertes CRM als Lösung und Ziel



Dr. Markus Knüfermann
Leiter Unternehmensentwicklung,
Sparda-Bank Münster eG, Münster

Keynote-Speaker
– Europas Time-
Management Papst!

17.30 Simplify your time: 7 einfache Wege zur Effektivität

- Warum die klassische Zeitplanung allein heute nicht mehr funktioniert
- Zeit-Balance statt Zeit-Bilanz: Mehr Zeit für alle Lebensbereiche
- Vom Zeitmanagement zu Life-Leadership
- Das 7-Hüte-System zu mehr Zeit- und Lebenserfolg
- Der „Pizza Taxi“-Effekt oder: vom Dringenden zum Wichtigem



Prof. Dr. Lothar J. Seiwert
Experte für Time-Management Life-Leadership®,
Seiwert Institut GmbH, Heidelberg

18.30 Zusammenfassung der Inhalte des ersten Kongress-tages und Gelegenheit zu Fragen

19.15 Sekt-Empfang und Subito! Improvisationstheater im Kaminsaal des Schloss Höchst

Impressionen von der CRM World 2007



Keynote-Speaker!

Forum 1:

Strategisches CRM

Unternehmensausrichtung aktiv umsetzen!



Vorsitz:
Prof. Dr. Armin Töpfer
Leiter des Lehrstuhl für Marktorientierte
Unternehmensführung,
Technische Universität Dresden,
Chairman, **M+M Consulting GmbH**

14.00 Kundenwerte und Typologisierung – die Wegweiser für die richtige Bestandskundenstrategie im neuen Blick

- Aufbau qualitativer und quantitativer Kundenwertkomponenten
- Entwicklung einer Kunden-Typologisierung
- Ableitung der Gesamtstrategie und angepasster Taktiken
- Neue Ansätze beim Aufbau des Kundenwerts und der Typologisierung



Dr. Jörg Reinnarth
Business Manager,
ALTRAN CIS GmbH

14.45 Das Call Center als zentrales Bindeglied in der Kundenbeziehung

- Vom Kostenfaktor zum Sales Channel
- Eine Frage der Einstellung
 - Aktive Kommunikationsdrehzscheibe oder Feuerwehr?
- Der qualifizierte Serviceberater
 - Customer Value, Churn Score und Retention Matrix als Werkzeuge im Daily Business



Milosch Alexander Godina
Head of Customer Services,
Tele2 Telecommunication GmbH

15.30 Erfolgsfaktor Glaubwürdigkeit – die doppelte Dividende für CRM-Projekte

- Eine Gesellschaft im Wandel – Ursachen und Auswirkungen
- Der 360° Kunde und seine vielen Gesichter
- Wenn Dialog gewinnt – die neuen Regeln erfolgreicher Kommunikation
- CSR: Eine Frage der Ehre oder der Notwendigkeit?
- Vorgehen und Erfolgsfaktoren im CSR-Projekt
- Wenn Tun und Handeln zusammenpasst: das Fallbeispiel



Kerstin Plehwe
Vorsitzende,
Kerstin Plehwe GmbH

Forum 2:

Erfolgsmessung im CRM

Die Wirtschaftlichkeit des CRM erhöhen!



Vorsitz:
Dr. Klaus-Peter Huber
Leiter Data Management Center,
debitel AG

14.00 CRM Prozesse und Kosten im Online-Marketing

- Online-Marketing: effektive Kanäle am Praxisbeispiel Leserservice
- Das Dilemma: Google vs. Usability
- Maßnahmen: Die Meinung unserer Kunden zählt.
- Speicherung und Nutzung von Kundendaten



Alexander Kulik
Projektmanager Leserservice Online,
Deutsche Post AG

14.45 Der praktische Einsatz verschiedener Kundenwertberechnungsmodelle

- Zeitbezogene, wertbezogene sowie monetäre und nicht monetäre Faktoren des Kundenwertes
- Berechnungsmodelle und Verfahren von der ABC-Analyse über Scoringverfahren bis zum Customer Lifetime Value
- Einsatzmöglichkeiten und Bewertung von Data Mining beim Kundenwert
- Sinnvolle Einsatzmöglichkeiten des Kundenwertes und ein Praxisbeispiel

Dr. Klaus-Peter Huber

15.30 Engagement Value: Was ist die Online-Interaktion mit Kunden wert?

- Wie das Web Wert schafft: Online-Interaktion als Werttreiber
- Das Tracking-Dilemma: Euro rein, Pagelmpressions raus
- Engagement Value: Kundeninteraktion kalkulierbar machen
- Web Balance: Wie Sie den Wert Ihrer Web-Aktivitäten ermitteln und steuern



Dr. Christian Bachem
Geschäftsführer,
.companion: Strategie und Coaching

Plenum



Vorsitz:
Martin Nitsche
Leiter CRM,
Dresdner Bank AG,
Vizepräsident **DDV**, Frankfurt

9.00 Eröffnung des 2. Kongresstages

„Die kundenfreundlichste
Autovermietung
Deutschlands 2007“

9.05 Kundenbindung durch erfolgreiches Beschwerdemanagement

- Avis: Exzellent im Service, stark in der Kundenbindung
- Welche Aufgaben sollte das Beschwerdemanagement erfüllen?
- Auswirkung des Beschwerdemanagements auf die Kundenbindung
- Beschwerdemanagement als Treiber für Prozess- und Qualitätsoptimierung
- Erfolgreiche Umsetzung des aktiven Beschwerdemanagement bei Avis



Philipp von Holtzendorff-Fehling
Head of Customer Relations & Customer Care Germany,
Avis Autovermietung GmbH & Co. KG, Oberursel

9.45 User-generated Frühstück

- mymuesli: Wer wir sind und wie es dazu kam
- Emotionale Kundenbeziehungen
- Chancen, Risiken, Gestaltungsmöglichkeiten
- Emotionale Kunden
- Herausforderung Social Commerce

Keynote-Speaker
enable2start-Gründerpreis 2007
der Financial Times Deutschland!



Max Wittrock
Geschäftsführer,
Mymuesli GmbH, Passau

10.30 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung
– Wechsel in die Fachforen

11.00 – 13.15 PARALLELE FACHFOREN 3 und 4 →→→

13.15 Business Lunch und Besuch der Fachausstellung

14.30 Erfolgsfaktor Multi-Channel- Management im Kundenservice

- Multi-Channel-Management bei HanseNet
- Optimierung von Qualität und Effizienz durch Multi-Channel-Support
- Multi-Channel-Support: Blended or not Blended?
- Automatisierung im Multi-Channel-Management?

Keynote-Speaker
CAT-Award-Gewinner 2007!



Uwe Lamnek
Director Customer Service/Member of the
Management Board,
HanseNet Telekommunikation GmbH, Hamburg

15.15 Top-Kennzahlen für den CRM-Manager

Keynote-Speaker!

- Aufbau eines CRM-Kennzahlensystems bei Premiere
- Probleme bei der Erhebung und Bestimmung von Kennzahlen
- Der Kundenwert als besondere Kennzahl
- Einsatzbeispiele des Kundenwerts bei Premiere



Dr. Alexander Decker
Director CRM Strategy and Analysis,
Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG, Unterföhring

16.00 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

16.30 Das Ende des mechanistischen Weltbilds im CRM

- Der Paradigmenwechsel zum impulsorientierten CRM
- Sender und Empfänger von Impulsen
- Menschliche und technische Impulsgeber und Nutzer
- Optimale Impulsvernetzung
Martin Nitsche

17.15 Diskussion und abschließende Zusammenfassung

17.30 Ende des 2. Kongresstages

Erfahren Sie u.a.,

- ...wie die **Autostadt GmbH** mit CRM Kundenbeziehungen nachhaltig entwickelt.
- ...wie die **Bosch Siemens Haushaltsgeräte GmbH** die Neukundengewinnung am CRM-Gesamtprozess ausrichtet.
- ...wie die **Cherry GmbH** mittels SAP® CRM die Fachhandelsbetreuung optimiert.
- ...wie die **debitel AG** durch Kundenwertberechnungsmodelle die Wirtschaftlichkeit des CRM erhöht.
- ...wie die **Hilcona Feinkost GmbH** das Kundenmanagement an der Unternehmensstrategie ausrichtet.
- ...wie die **LichtBlick – die Zukunft der Energie GmbH & Co. KG** die Kundenbeziehung zum Erlebnis macht.
- ...wie die **Sparda-Bank Münster eG** das Direct-Marketing und CRM implementiert.
- ...wie die **Tele2 Telecommunication GmbH** (Austria) das Call Center als zentrales Bindeglied in der Kundenbeziehung stärkt.

Forum 3:

CRM im B-to-B

Die Prozesse kundenzentriert gestalten!



Vorsitz:
Harald Henn
Inhaber,
MarketingResultant

11.00 Kundenzentrierte Prozessgestaltung

- Mit den Augen des Kunden sehen: Service Blueprinting
 - Was CRM von Toyota lernen kann: Wertstrom Design
 - Welche Kennziffern wirklich wichtig sind: Durchlaufzeiten, Prozesskosten, Prozessabweichungen
- Harald Henn

11.45 SAP® CRM – „Closed-Loop“-Ansatz

- Strategischer Ansatz bei Cherry
 - Ziele
 - Multi-Projekt-Management
 - Kennzahlen
- Systemgestützter Prozess der Fachhandelsbetreuung
 - Adress-Gewinnung, Verifikations-/Freigabeprozess, Portal-Zugang
- CIC-Integration
- Kampagnen-Management & Zielgruppen-Segmentierung



Josef Raab
CRM Projektleiter Programmierung,



Alois Eckert
Leiter Organisation,
Cherry GmbH

12.30 CRM-Kampagnen-Management

- Streuverluste vermeiden
- Gezielte kanalübergreifende Kundenansprache
 - Neukundengewinnung, Cross-Selling und Kundenbindung
- Datenqualität als Erfolgsfaktor für Kampagnen



Dr. Thomas Eherer
Director Central (D-A-CH) & Eastern, Europe,
Italy, Israel,
Unica Corporation Germany

Forum 4:

CRM im B-to-C

Kunden langfristig binden!



Vorsitz:
Prof. Dr. Peter Gentsch
Head of CRM/Analytics,
Business Intelligence Group GmbH

11.00 Beziehungsmanagement 2.0 – Chancen und Risiken durch Foren, Blogs etc.

- CRM mit Social Media systematisch gestalten, messen und optimieren
 - Social Media als ideale Plattform für „Interaktives Storytelling“
 - „Kontrollierter Kontrollverlust“: Risiken erkennen und entgegenwirken
 - Massnahmen-Kataloge und Metriken zur systematischen Optimierung
 - Best Practise jenseits von Frosta und Mentos
- Prof. Dr. Peter Gentsch

11.45 Kundenbeziehungen nachhaltig entwickeln – Beziehungsmanagement in der Autostadt

- Die Autostadt als Ort der Kundenbeziehung
- Beziehungsmanagement als strategisches Instrument
- Die Rolle der Unternehmenskultur
- Das Kunden-Involvement im Feedback-Prozess
- Beziehungsmanagement mit der Kernzielgruppe
 - Feedback Management
 - Kampagnen Management
 - Veränderungsmanagement



Stephan de Haar
Leiter CRM/Feedbackmanagement,
Autostadt GmbH

12.30 Neukundengewinnung ist nur so gut wie der Gesamtprozess!

- Analyse des Gesamtmarktpotenziales
- Ermittlung des Status Quo im Unternehmen
- Neukundengewinnung mit System: Implementierung einer Neukundengewinnungs-Scorecard im Unternehmen
- Das System der Erfolgsmessung, wo lohnt es sich?
- Neue Wege der Neukundengewinnung im bewertenden Vergleich



Thomas Allner
Senior Consultant,
BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

Den Kundenwert strategisch managen Kunden profitabel machen!



Vorsitz:
Martin Nitsche
Leiter CRM,
Dresdner Bank AG,
Vizepräsident **DDV**, Frankfurt

Ihr Vorteil:

Im Rahmen dieses Workshops erfahren Sie, welchen Wert Ihre Kunden in Ihrem Unternehmen erzeugen.

Vertiefen Sie Ihr Wissen über Analyseverfahren, sowie die Deckungsbeitragsrechnung oder Portfolioanalyse zur Ermittlung von Kosten und Ertrag von Kundengruppen oder Einzelkunden. Mit Hilfe dieser Informationen können Entscheidungen zur Definition einer **künftigen, rentabilitätsorientierten Kundenstruktur** sowie über konkrete, operative Maßnahmen getroffen werden. Im Verlauf dieses Workshops werden Ihnen alle **Prozessschritte eines Kundenwertmanagements** ausführlich dargestellt. Ausgehend von der Erfassung und Analyse von Kundendaten werden Sie über die **Maßnahmen**, die sich für **Marketing und Vertrieb ableiten lassen**, informiert.

Den Kundenwert ermitteln und ausschöpfen

- Kundenwertschöpfung als CRM-Ziel
- Wertschöpfungskreislauf im CRM
- Zusammenhang von Kunden- und Unternehmenswert

Berechnung des Kundenwerts

- ABC-Analyse
- Deckungsbeitragsrechnung
- Der Kundenwert und seine Einflussfaktoren

Ermittlung von Kundenpotenzialen

- Customer Lifetime Value
- Potenzialanalyse im B2B
- Datenqualität als Fundament

Wertbasierte Kundenstrategien

- Optimale Neukundengewinnung
- Ausbau der Kundenbeziehung mit Cross- und Up-Selling
- Kundenbindung und Kündigungsrückgewinnung
- Kanalmigration und taktisches Pricing
- Beschwerdemanagement

Strategische Kundenwertanalyse

- Kundenportfoliomanagement
- Kundenwertbasierte Ressourcenallokation
- Vertriebsplanung und Controlling mit Kundenwerten

Zeitplan für beide Workshops:

ab 8.15	Empfang mit Kaffee und Tee
9.00	Begrüßung durch den Vorsitzenden
12.30 – 13.45	Gemeinsames Mittagessen
17.00	Ende der Workshops

CRM-Projektmanagement Strategie geht vor IT!



Vorsitz:
Prof. Dr. Thomas Biermann
Geschäftsführender Gesellschafter,
Service Management Institut Ges. für Unternehmensberatung SMIG mbH, Berlin

Ihr Vorteil:

Im Rahmen dieses Workshops werden Ihnen die Philosophie, die **Methoden und Tools** für eine Umsetzung des **CRM-Projektmanagements** aufgezeigt.

CRM-Projekte sind keine „normalen“ Projekte. Ihr Nutzen und Ihre Zielsetzung werden oft nicht klar und eindeutig definiert und kommuniziert. Um diese Projekte zum Erfolg zu bringen, müssen Sie einer speziellen **Systematik und Vorgehensweise** folgen. Erfahren Sie in diesem Workshop mehr über erfolgreiches Projektmanagement und wie Sie mit der **vorhandenen Technologie Ihre CRM-Strategie erfolgreich unterstützen**.

Woran Projekte scheitern – Dos and Don'ts im Projekt-Management

Fallstudie!

- Projekt- und Routineorganisation im Konflikt
- Theorie und Praxiserfahrung
- Übung mit Fallstudie

Wer gehört in das Projekt-Team?

- Teamaufbau und Teamdynamik
- Der Mythos von der Teamfähigkeit
- Projekt-Organisation und Linking Pins
- So holen Sie alle Projektverantwortlichen ins Boot

CRM am Kundenwunsch ausrichten

- Was der Kunde wirklich will
- Innovative Methoden der Kundenwunscherforschung
- Workshopübung: Kundenparlament und Vignettentchnik

Wem gehört der Kunde? Umgang mit Widerständen gegen CRM intern/extern

- Betriebsrat
- Vertriebsmitarbeiter
- Key Account
- Controlling
- Handelspartner
- und andere ...

Kein Projekterfolg ohne Projekt-Controlling

- Projektplanung und -steuerung mit Kennzahlen unterlegen
- Das Dilemma von Termin- und Kostenplanung
- Projektkennzahlen in Unternehmenskennzahlensysteme integrieren

Festlegung einer segmentspezifischen Strategie

- Grundzüge der segmentspezifischen Strategie
- Kundenlebenszyklus als Grundlage für die CRM-Strategie
- Segmentspezifische Ausrichtung des Angebots und der Kundenkontakte

Von CRM zu CRC – Customer Relationship Controlling Ein Leifaden zum ertragsorientierten CRM-Projekt!

Ihre Referenten



Max Wittrock ist Geschäftsführer bei der **Mymuesli GmbH** in Passau. Mymuesli, gegründet im April 2007 von drei Studienfreunden, bietet das erste online individualisierbare Bio-Müsli der Welt an. Müsli-Freunde können sich ihr Wunschl Müsli aus 566 Milliarden Kombinationen auf www.mymuesli.com selbst zusammenstellen. Mittlerweile beschäftigt die Firma mehr als 30 Mitarbeiter und konnte Ende 2007 den Gründerpreis der Financial Times Deutschland, enable2start, für sich entscheiden. DS Media hat Mymuesli zum Startup des Jahres 2007 gewählt.



Prof. Dr. Lothar J. Seiwert ist „Deutschlands führender Zeitmanagement-Experte“. Seine Firma **Seiwert Institut GmbH** in Heidelberg hat sich spezialisiert auf die Themen Time-Management Life-Leadership® und Work-Life-Balance. Prof. Dr. Lothar J. Seiwert hat zahlreiche Bestseller zum Thema Zeit- und Lebensmanagement geschrieben, erhielt den „Deutschen Trainingspreis“ und nahm als erster deutscher Trainer den internationalen Trainingspreis „Excellence in Practice“ ASTD in Atlanta/USA entgegen.



Dr. Alexander Decker ist Director CRM Strategy & Analysis der **Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG** in Unterföhring. Er ist darüber hinaus Lehrbeauftragter an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.



Uwe Lamnek ist Director Customer Service/Member of the Management Board, **HanseNet Telekommunikation GmbH**, Hamburg. Bei der CallCenterWorld® 2007 wurde Uwe Lamnek mit dem CAT-Award als Call Center Manager des Jahres ausgezeichnet.



Roland N. Berner ist als Vice President Services Corporate Supply Chain and Procurement in der Unternehmenszentrale der **Siemens AG** in München tätig. Darüber hinaus hat er einen Lehrauftrag an der TU München und hält Vorträge an verschiedenen europäischen Universitäten.



Hans-Joachim Kolk ist Geschäftsführer der **Hilcona Feinkost GmbH** und dort verantwortlich für das Geschäft in Deutschland, Österreich und Benelux. Er gilt als profunder Kenner, sowohl der Hersteller- als auch der Abnehmerseite, und ist bekannt für seine pragmatische Vorgehensweise.



Thomas Allner ist seit 2000 Consultant in der Abteilung Zentralbereich Vertrieb Steuerung bei **BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH**, München.



Dr. Christian Bachem ist Gründer und Geschäftsführer der Strategieberatung **.companion: Strategie und Coaching**. Durch sein langjähriges Engagement als Berater, Autor, Referent und Mitglied in Fachgremien hat er sich branchenübergreifend Anerkennung erworben.



Prof. Dr. Thomas Biermann ist Gründer und Geschäftsführender Gesellschafter des **Service Management Institut Gesellschaft für Unternehmensberatung SMIG mbH** in Berlin.



Alois Eckert ist Leiter Organisation bei der **Cherry GmbH** in Auerbach, Opf. Er ist verantwortlich für Strategie und Definition im Umfeld von CRM als auch SRM.



Dr. Thomas Eherer, Director Central (D-A-CH) & Eastern Europe, Italy, Israel bei der **Unica Corporation Germany**, Unterföhring. Er ist verantwortlich für Marketing, Vertrieb und Presales.



Prof. Dr. Peter Gentsch ist Head of CRM/Analytics bei der **Business Intelligence Group** und Lehrstuhlinhaber des Albert Berner Stiftungslehrstuhles für CRM. Zudem ist er Autor zahlreicher national und international ausgezeichnete Veröffentlichungen sowie gefragter Referent zum

Thema CRM.



Milosch Alexander Godina ist Head of Customer Services bei **Tele2 Telecommunication GmbH**, Wien/Österreich. Bei der CallCenterWorld® 2005 wurde Milosch Godina mit dem CAT-Award ausgezeichnet.



Stephan de Haar ist Referent für Beziehungsmanagement und Leiter CRM/Feedbackmanagement bei der **Autostadt GmbH** in Wolfsburg. Er ist verantwortlich für die Entwicklung neuer integrierter Dialogstrategien sowie für das Coaching von Führungskräften.



Harald Henn unterstützt als **MarketingResultant** mit Sitz in Mainz Unternehmen bei der Umsetzung von Marketing- und Vertriebskonzepten. Er verfügt über eine mehr als 15-jährige Erfahrung in der Branche, widmet sich heute den Themen rund um das CRM und ist Autor zahlreicher Aufsätze und Bücher zur Thematik.



Philipp von Holtzendorff-Fehling ist in seiner Tätigkeit als Head of Customer Relations & Customer Care Germany bei der **Avis Autovermietung GmbH & Co. KG** u.a. zuständig für das CRM der Privat- und Geschäftskunden. Avis hat 2007 zu den fünf besten Unternehmen im Wettbewerb „Deutschlands kundentorientierteste Dienstleister“ gehört.



Dr. Klaus-Peter Huber ist seit 2005 Leiter Data Management Center der **debitel AG**, Stuttgart. Er beschäftigt sich seit über 10 Jahren mit analytischem CRM und Business Intelligence. Nebenbei lehrt er an der BA Karlsruhe und ist als Autor bekannt.



Dr. Markus Knüfermann ist seit 2002 Leiter der Unternehmensentwicklung der **Sparda-Bank Münster eG**. Er ist Autor einer Vielzahl von Fachpublikationen sowie Dozent an verschiedenen Hochschulen im Bereich Direkt-Marketing und Wirtschaftsethik.



Alexander Kulik ist Projektmanager beim Leserservice der **Deutschen Post AG**, Köln und dort für die Leitung und die Umsetzung von Online-Projekten zuständig.



Torsten Niemann ist Leiter Kundenmanagement der **LichtBlick – die Zukunft der Energie GmbH & Co. KG**, Hamburg. 2006 wurde Torsten Niemann für den CAT-Award nominiert.



Martin Nitsche ist Leiter CRM bei der **Dresdner Bank AG**. Er gilt als einer der führenden CRM-Experten im deutschsprachigen Raum. Er war zuvor u.a. Bereichsleiter CRM im Privatkundengeschäft der Deutschen Bank, geschäftsführender Gesellschafter bei den argonauten360° und zuletzt CEO der Proximity Germany. Darüber hinaus ist er Vizepräsident im Deutschen Direktmarketing Verband DDV.



Kerstin Plehwe ist Vorsitzende der **Kerstin Plehwe GmbH** und wurde von der WamS als Deutschlands führende Dialogexpertin bezeichnet, ist Vorsitzende der Initiative ProDialog und ehemalige Präsidentin des DDV. Seit 2007 moderiert sie die Sendung „Politik konkret“ bei TV Berlin und ist Vorsitzende von „ASTRAIA – Engagement für Deutschland e.V.“



Josef Raab ist CRM-Projektleiter Programmierung bei der **Cherry GmbH** in Auerbach, Opf. Seit 1986 ist er im SAP-Umfeld tätig und hat zahlreiche CRM Projekte federführend geleitet.



Dr. Jörg Reinnarth ist Business Manager bei der Unternehmensberatung **Altran CIS GmbH**. Er und sein Team unterstützen dabei führende Unternehmen durch statistische Analysen und Entwicklung von Kundenverhaltensmodellen.



Prof. Dr. Armin Töpfer ist Leiter des Lehrstuhls für Markt-orientierte Unternehmensführung an der **TU Dresden** sowie Chairman der **M+M Management+Marketing Consulting GmbH** in Kassel. Neben einer Vortrags-, Trainings- und Beratungstätigkeit in der Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung ist er zudem Mitglied in verschiedenen Beiräten von Industrie- und Dienstleistungsunternehmen.

Werden Sie Aussteller oder Sponsorpartner der



Der Kunden-Kongress 2008

Management Circle bietet Ihnen die ideale Plattform, Ihr Unternehmen als kompetenten Lösungsanbieter in Ihrer Kernzielgruppe zu positionieren. Überzeugen Sie potenzielle Kunden von Ihren Lösungen und diskutieren Sie mit hochkarätigen Experten aktuelle Trends und Methoden der modernen Kundenbindung.

Sie als Lösungsanbieter dürfen auf der CRM World 2008 nicht fehlen!

Ihr Nutzen:

Management Circle – einer der führenden Veranstalter

Unsere Veranstaltungen sind der Treffpunkt von Top-Entscheidern, die sich mit aktuellen Themen auseinandersetzen – Ihre Präsenz als Partner dokumentiert, dass Ihr Unternehmen Problemlösungen erarbeitet hat und die Nähe zum Kunden sucht.

Inhaltliche Einbindung

Präsentieren Sie Ihre Kompetenz als Lösungsanbieter durch eine inhaltliche Einbindung im Rahmen eines Sponsorings.

Bekanntheit

Erhöhen Sie Ihre werbliche Präsenz durch Einbindung Ihres Unternehmens in unsere Marketingaktionen mit hohen Auflagen und einer breiten Streuung in Ihrer Kernzielgruppe.

Imagetransfer

Profitieren Sie von der Bekanntheit von Management Circle als einem der führenden Weiterbildungsveranstalter für Fach- und Führungskräfte.

Networking

Erschließen Sie sich neue Absatzkanäle durch ausgiebige Branchenkontakte und die Pflege Ihres Business-Netzwerkes.

Kontakte

Der exklusive Rahmen dieser Veranstaltung ermöglicht Ihnen persönliche Kontakte zu den Entscheidern der Branche.

Für nähere Informationen zu den Ausstellungsmöglichkeiten und der Entwicklung Ihres individuellen Sponsoring-Konzeptes stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.



Sylke Dörr

Sylke Dörr

Senior Sales Managerin

Tel.: 0 61 96/47 22-662

Fax: 0 61 96/47 22-444

E-Mail: doerr@managementcircle.de

So beurteilen Teilnehmer die CRM World:

- „Eine interdisziplinäre Plattform als Impulsgeber für neue Perspektiven im eigenen Tagesgeschäft.“
P. Schäfer, Sandoz Pharmaceuticals GmbH
- „Danke für viele wertvolle Impulse zur Kundenbindung.“
A. Langensee, HanseNet Telekommunikation GmbH
- „Guter Rundblick und abwechslungsreicher Mix an Themen, hat mir gut gefallen.“
O. Kling, Axel Springer AG

Sponsoren



Altran CIS ist ein Beratungs- und IT-Consultingunternehmen.

Wir sind fokussiert auf die Themen Customer Relationship Management (CRM) und Business Intelligence (BI). Unsere Kernkompetenzen liegen in der fachlichen Beratung, Umsetzung und Management von IT-Lösungen für CRM und BI. Mit innovativen Konzepten unterstützen wir unsere Kunden in den Branchen Automotive, Finance, Industry, LifeScience, Media und Telekommunikation. Als Unternehmen der Altran Gruppe sind wir Teil des größten Innovations-Consulting-Netzwerks Europas mit 17.000 Consultants.

Ansprechpartner: Dr. Ruth Lütticken

Telefon: 0 69/21 97 67-15

E-Mail: ruth.lueticken@altran-cis.de

Im Internet: www.altran-cis.de



Unica ist ein globaler Anbieter von Enterprise Marketing Management (EMM)-Software. Mit der Affinium-Software von Unica lassen sich alle Marketingprozesse im Brand-, Relationship- und Internet-Marketing von der Planung,

Budgetierung und Projektmanagement bis hin zur Durchführung und Bewertung von Kampagnen rationalisieren. Ob On-Premise oder On-Demand – Affinium bietet EMM-Schlüsselfunktionen, einschließlich Web- und Kundenanalysen, Lead- und Kampagnenmanagement sowie Marketing-Ressourcenmanagement. Unica bietet Marketingexperten eine marktführende Lösung, mit der sie Marketingdaten und -materialien einfach verwalten, Kampagnen schnell planen und Ergebnisse genau überprüfen können. Inzwischen setzen weltweit bereits mehr als 500 Unternehmen auf Affinium von Unica.

Ansprechpartner: Dr. Thomas Eherer

Telefon: 0 89/9 92 16-285

E-Mail: germany@unica.com

Im Internet: www.unica.com

Aussteller



emprression – Ihr Partner für bedarfsgerechte IT-Lösungen in der Unternehmenskommunikation

Seit vielen Jahren unterstützen wir erfolgreich große und mittelständische Unternehmen bei der Beratung, Umsetzung und Pflege unternehmensspezifischer IT-Lösungen.

Unsere Schwerpunkte:

- Wissensmanagement
- intelligente Informationssysteme
- Business-Prozess-Management
- CRM & DMS

Ansprechpartner: Tobias Knospe

Telefon: 0 61 31/47 39-50

E-Mail: tobias.knospe@emprression.de

Im Internet: www.emprression.de



Die **Omikron Data Quality GmbH** zählt zu den führenden deutschen Unternehmen im Bereich Datenqualität in

Kundenstammdaten. Das international tätige Unternehmen bietet integrierbare Software-Module und SOA-Lösungen für alle wichtigen Unternehmens-Anwendungen wie SAP und Siebel. Installierbare Experten-Software und der Data Quality Service helfen bei der Bereinigung und dem Zusammenführen von Adressdaten. Eine fehlertolerante Schnellsuche für Call-Center, CRM und ERP steigert die Mitarbeiter-Produktivität und optimiert den persönlichen Kundendialog.

Ansprechpartner: Wolfram Bosman

Telefon: 0 72 31/125 97 - 102

E-Mail: wbosman@omikron.net

Im Internet: www.omikron.net

Medienpartner



CRMmanager.de ist das aktuelle Portal für alle Themen des Customer Relationship Management. Aktuelle News, werthaltige Fachartikel und umfangreiche Marktübersichten haben hier ihren festen Platz. Als Referenzwebsite der Branche wird das Portal aktiv als Informationsmedium genutzt und besitzt einen hohen Bekanntheitsgrad bei Anwendern und Unternehmen der CRM-Branche.

Ansprechpartner: Claudia Weidner
Telefon: +49 (0) 7 00/21 20 19 00
E-Mail: press@crmmanager.de
Im Internet: www.crmmanager.de



Contact Management Magazine
– Das Schweizer Fachmagazin für Contact Center, Interaktion und Telekommunikation

Wir zeigen auf, wie Unternehmungen die Vielfalt der technischen und strategischen Optionen zur Gestaltung eines erfolgreichen und profitablen Kundenkontaktes nutzen können. Dabei werden alle Komponenten eines förderlichen und gewinnbringenden Managements von Kundenbeziehungen berücksichtigt. Die Kombination aus Interviews, theoretischen Grundlagen, Marktübersichten und Praxisbeispielen unterstützt Verantwortliche in der Entscheidungsfindung bezüglich der Weiterentwicklung und Optimierung ihres Bereichs.

Ansprechpartner: Karin Stich
Telefon: +41 43 268 41 22
E-Mail: stich@profilepublishing.ch
Im Internet: www.cmm-magazine.ch



Unter www.competence-site.de betreibt die NetSkill AG die Competence Site - Deutschlands führende Expertenplattform für Managementkompetenz im Internet. In über 50 themenspezifischen Competence Centern und 5 Partner-Centern werden Fragestellungen aus den Bereichen Management, IT, Finanzen, Branchen und Recht abgedeckt. Das Kompetenz-Netzwerk unterstützt Manager und Nachwuchskräfte bei ihrer täglichen Arbeit durch Wissen, Dialog mit Top-Experten und Networking-Funktionen. Zudem werden derzeit ca. 13.000 Abonnenten mit dem monatlich erscheinenden Competence Report und dem Competence Site-Newsletter über die Top-Beiträge des vorangegangenen Monats, neue Experten und deren Organisationen, Themen-Specials, anstehende Veranstaltungen und aktuelle Fachliteratur informiert.

Ansprechpartner: Andreas Dietz
Telefon: +49 (0)221 / 7162431
E-Mail: t.rixmann@netskill.de
Im Internet: www.competence-site.de



Das neue Portal www.marketing-boerse.de ist die wachstumsstärkste deutschsprachige Marketingplattform. Über 2000 Spezialanbieter von Adressanbietern

und Call-Centern bis zu Kontaktmanagement-Software, Voice-Portalen und Zielgruppenanalyse sind vertreten. Initiator des Online-Verzeichnisses ist der Buchautor Torsten Schwarz. Das Prinzip ist einfach: Unternehmen tragen Informationen wie Leistungsschwerpunkte, Produktinformationen, Fotos und Logos selbst ein. Ebenso können auch aktuelle Termine, Pressemitteilungen und Fachartikel eingestellt werden.

Ansprechpartner: Gabriele Braun
Telefon: 0 72 54/9 57 73-0
E-Mail: info@marketing-boerse.de
Im Internet: www.marketing-boerse.de



Softigator.com ist die weltweite Business Networking und eLearning Plattform für Fach- und Führungskräfte in Call Centern und ihren Zulieferern. Agents, Teamleiter und Manager tauschen Erfahrungen, Jobangebote und Geschäftschancen aus, finden Kollegen und bleiben in Kontakt. Hochwertige Analysen und die Marktübersicht zeigen Entwicklungschancen auf. www.softigator.com ist Partner des deutschen Call Center Forums und freut sich auf Ihren Besuch!

Ansprechpartner: Jens Moeller
E-Mail: service@softigator.net
Im Internet: www.softigator.com



Seit 15 Jahren informiert TeleTalk monatlich über alle relevanten Entwicklungen rund um den Call- und Contact Center Markt. Im Mittelpunkt der Berichterstattung stehen alle Aspekte des Kundenkontakts sowie des Betriebs moderner Call- und Contact Center. Von Organisationsfragen, über die Steuerung bis hin zu Informationen zu neuen technischen Entwicklungen und dem Einsatz innovativer Dienste und Produkte. Damit liefert TeleTalk seinen Lesern eine optimale Kombination aus kompaktem Management-Fachwissen einerseits sowie Produkt- und Herstellerübersichten andererseits, die dabei helfen, fundierte Entscheidungen für Investitionen in Lösungen und Systeme in den Unternehmen zu treffen. Zielgruppe sind Leiter, Entscheider, Verantwortliche in Call- und Contact-Centern, Entscheider in Management, Marketing und Vertrieb sowie Verantwortliche im Bereich Kundenkommunikation, Service und Telekommunikation.

Ansprechpartner: Hannelore Jordan-Matthies
Telefon: +49 (0) 511 / 33 48 417
E-Mail: jordan-matthies@teletalk.de
Im Internet: www.teletalk.de

Kooperationspartner



Der **DDV** ist der größte nationale Zusammenschluss von Direktmarketing-Unternehmen in Europa und einer der Spitzenverbände der Kommunikationswirtschaft in Deutschland. Er vertritt die Interessen von Dienstleistern und Werbung treibenden Unternehmen der gesamten Dialogmarketing-Branche, u.a. von Call Centern. Schwerpunkt der Verbandsarbeit ist das Lobbying für die Branche.

Ansprechpartner: Bettina Höfner
Telefon: + 49 (0) 6 11/9 77 93 - 0
E-Mail: info@ddv.de
Im Internet: www.ddv.de



Das **Call Center Forum Deutschland e.V. (CCF)** ist die größte Interessensplattform der Branche und repräsentiert über 35% der deutschen Call

Center Arbeitsplätze. Fokus der Arbeit sind Erfahrungs- und Informationsaustausch bis auf internationale Ebene. Gleichzeitig vertritt das CCF die Branche gegenüber Interessenten, Multiplikatoren, Medien und Politik.

Ansprechpartner: Steffi Sauer
Telefon: +49 (0) 180 / 52 66 422
E-Mail: info@call-center-forum.de
Im Internet: www.call-center-forum.de

Ihre Key-Learnings aus den parallelen Fachforen

4 Fachforen für Ihren individuellen Informations-Mix:

- **Strategisches CRM**
Erfahren Sie, wie Sie das CRM im Unternehmen erfolgreich positionieren und so das kundenzentrierte Unternehmen bauen
- **Erfolgsmessung im CRM**
Erfahren Sie, wie Sie die Kosten und Wert Ihrer Maßnahmen berechnen und so nachhaltig die Wirtschaftlichkeit Ihres CRM erhöhen!
- **CRM im B-to-B**
Erfahren Sie, wie Sie Ihre Prozesse kundenorientiert gestalten und so den Erfolg Ihres CRM steigern!
- **CRM im B-to-C**
Erfahren Sie, wie Sie Ihre Foren und Blogs sowie ein effizientes Beziehungsmanagement erfolgreich nutzen, um Ihre Kunden langfristig zu binden!

Zielgruppe

Wen Sie auf dem Kunden-Kongress 2008 treffen:

... Mitglieder des Vorstands und der Geschäftsführung sowie Entscheidungsträger aus den Bereichen:

- Customer Relationship Management
- Kundenservice/Customer Management
- Beschwerdemanagement
- Call Center
- Unternehmensentwicklung und -organisation
- Marketing
- Vertrieb
- Kommunikation und Kommunikationstechnik
- Business Intelligence/Data Warehousing
- Technische Leitung
- Controlling

... sowie CRM-Verantwortliche aus:

- Unternehmensberatungen mit CRM-Schwerpunkt
- IT- und Telekommunikationsanbieter
- Multimedia-Agenturen

Auf einen Blick

1. Kongresstag _____ Dienstag, 27. Mai 2008

- 8.15 Eröffnung der Fachausstellung und Ausgabe der Kongressunterlagen
- 9.00 PLENUM Begrüßung und Eröffnung des Kongresses
- 9.15 **CRM-Kultur: Mitarbeiterentwicklung zum Nutzen einer positiven Kundenbeziehung**
- 10.00 **Vom Produkt-Unternehmen zum kundenorientierten Dienstleistungs-Unternehmen**
- 10.45 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung
- 11.15 **Kundenmanagement und Unternehmensstrategie**
- 12.00 Business Lunch und Besuch der Fachausstellung
- 14.00 – 16.15 **PARALLELE FACHFOREN 1 und 2**
 - Fachforum 1 **Strategisches CRM**
 - Fachforum 2 **Erfolgsmessung im CRM**
- 16.15 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung
- 16.30 PLENUM
Direct-Marketing und CRM
- 17.30 **Simplify your time: 7 einfache Wege zur Effektivität**
- 18.30 Zusammenfassung der Inhalte des ersten Kongresstages und Gelegenheit zu Fragen
- 19.15 **Sekt-Empfang und SUBITO! Improvisationstheater im Schloss Höchst**

2. Kongresstag _____ Mittwoch, 28. Mai 2008

- 9.00 PLENUM Eröffnung des 2. Kongresstages
- 9.05 **Kundenbindung durch erfolgreiches Beschwerdemanagement**
- 9.45 **User-generated Frühstück**
- 10.30 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung
- 11.00 – 13.15 **PARALLELE FACHFOREN 3 und 4**
 - Fachforum 3 **CRM im B-to-B**
 - Fachforum 4 **CRM im B-to-C**
- 13.15 Business Lunch und Besuch der Fachausstellung
- 14.30 PLENUM
Erfolgsfaktor Multi-Channel-Management im Kundenservice
- 15.15 **Top-Kennzahlen für den CRM-Manager**
- 16.00 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung
- 16.30 **Das Ende des mechanistischen Weltbilds im CRM**
- 17.15 Diskussion und abschließende Zusammenfassung
- 17.30 Ende des 2. Kongresstages

Vorkongress-Workshop _____ Montag, 26. Mai 2008

- 9.00 – 17.00 VORKONGRESS-WORKSHOP
Den Kundenwert strategisch managen

Workshoptag _____ Donnerstag, 29. Mai 2008

- 9.00 – 17.00 VERTIEFUNGS-WORKSHOP
CRM-Projektmanagement

So melden Sie sich an:

Warum Sie die CRM World 2008 besuchen sollten:

- ✓ Sie profitieren von Best Practise-Beispielen aus Top-Unternehmen!
- ✓ Sie pflegen und erweitern Ihr Netzwerk mit Referenten und Teilnehmern!
- ✓ Sie haben die Möglichkeit, sich aus parallelen Fachforen und Workshops Ihren individuellen Informations-Mix zusammen zu stellen!



05-56917/05-56918/05-7079

Deutsche Post
Entgelt bezahlt
74821 Mosbach

Frühbucheangebot

Wenn Sie sich bis zum 29. Februar 2008 anmelden, erhalten Sie einen Frühbuche-Rabatt von € 100,- auf den Kongresspreis!

- Ich nehme an vier Tagen der CRM World 2008 teil. (26. bis 29. Mai 2008) WS
- Ich nehme an drei Tagen der CRM World 2008 teil.
 - (Vorkongress-Workshop + Kongress 26. bis 28. Mai 2008)
 - (Kongress + Vertiefungs-Workshop 27. bis 29. Mai 2008)
- Ich nehme an zwei Tagen der CRM World 2008 teil. (nur Kongress 27. und 28. Mai 2008)
- Ich nehme am Vorkongress-Workshop der CRM World 2008 teil. (26. Mai 2008)
- Ich nehme am Vertiefungs-Workshop der CRM World 2008 teil. (29. Mai 2008)

Bitte hier anmelden!

■ So melden Sie sich an

Bitte einfach das Anmeldeformular ausfüllen und möglichst bald per Fax oder Post zurücksenden, oder Sie melden sich unter www.lager-manager-forum.de an. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

per Telefon Manuela Rother 061 96 / 47 22-700
per Fax 061 96 / 47 22-999
schriftlich Management Circle AG
Postfach 5629, 65731 Eschborn/Ts.

per E-Mail anmeldung@managementcircle.de
Bei Anmeldung per E-Mail geben Sie bitte unbedingt den Namen des Teilnehmers und die vollständige Firmenanschrift mit Telefon- und Faxnummer an.

■ Termine

26. bis 29. Mai 2008 in Frankfurt am Main

■ Veranstaltungsort

Lindner Congress Hotel Frankfurt
Bolongarostraße 100, 65929 Frankfurt
Tel.: 069/33002-00, Fax: 069/33002-999
E-Mail: info.frankfurt@lindner.de

■ Zimmerreservierung

Für die Teilnehmer der CRM World 2008 steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent (Einzelzimmer) zu einem Sonderpreis zur Verfügung. Bitte nehmen Sie Ihre **Reservierung rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor.

■ Anmeldebedingungen

Die Teilnahmegebühr für zwei Tage (nur Kongress) beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, der Abendveranstaltung im Schloss Höchst und der Dokumentation € 1.895,-. Bei Buchung eines Workshops zahlen Sie € 1.245,-. **Sonderkonditionen** erhalten Sie bei der Buchung der dreitägigen CRM World 2008 (Kongress und Workshop)! Die Teilnahmegebühr beträgt dann € 2.640,-. **Sie sparen € 500,-!** Bei Buchung aller 4 Tage (Vorkongress-Workshop, Kongress und Vertiefungs-Workshop) beträgt die Teilnahmegebühr € 3.385,-. **Sie sparen € 1.000,-!** Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. **Teilnehmer, die sich bis zum 29.02.2008 anmelden, erhalten einen Rabatt in Höhe von € 100,- auf den gebuchten Kongresspreis.** Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass.** Bis zu zwei Wochen vor der Veranstaltung können Sie kostenlos stornieren. Bei Stornierung der Anmeldung zu einem späteren Zeitpunkt oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

1 NAME / VORNAME

POSITION / ABTEILUNG

2 NAME / VORNAME

POSITION / ABTEILUNG

3 NAME / VORNAME

POSITION / ABTEILUNG

FIRMENNAME

STRASSE / POSTFACH

PLZ / ORT

TELEFON / FAX

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!

Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL (Mit Nennung meiner E-Mail-Adresse erkläre ich mich einverstanden, über dieses Medium Informationen der Management Circle Gruppe zu erhalten.)

DATUM / UNTERSCHRIFT

Datenschutz-Hinweis: Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG)

➔ Fax: 0 61 96 / 47 22 - 999

Ihre Service-Hotlines

Information: Tel. 0 61 96 / 47 22 - 800

Anmeldung: Tel. 0 61 96 / 47 22 - 700

E-Mail: anmeldung@managementcircle.de

www.crmworld.de

M/AAN