

Kostenfreier Workshop

Optimierung von Marketing- und Vertriebsprozessen: Die Rolle von Enterprise Portals und CRM-Systemen

Nutzen	Aufzeigen von Optimierungspotenzialen in Marketing- und Vertriebsprozessen; Anregungen zur Schließung der Lücke zwischen CRM und ERP; Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmen
Zielgruppe	Führungskräfte und Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, Vertrieb sowie EDV/Organisation. Es sind keine technischen Kenntnisse erforderlich.
Moderation	Dr. Gero Presser (Geschäftsführer QuinScape GmbH)
Co-Moderation	Bernhard Frese (Apricot GmbH – Unternehmensberatung für Vertrieb und Marketing)
Termin	18.06.2008, 09:30 – 14.00 Uhr
Ort	QuinScape GmbH, Wittekindstraße 30, D-44139 Dortmund
Kosten	Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenfrei
Anmeldung	Um formlose Anmeldung per E-Mail unter info@quinscape.de oder telefonisch unter 0231 / 533 831 0 wird gebeten

Prozesse im Marketing und Vertrieb sind stark geprägt durch Kreativität und „weiche Faktoren“, gleichwohl entziehen sie sich die Abläufe nicht einer Strukturierung. Der Unterschied zu Produktionsprozessen ist daher geringer, als es den Anschein hat: Auch diese Prozesse können durch Software unterstützt, in ihrer Effizienz bemessen und darauf basierend mit IT-Lösungen optimiert werden.

CRM-Systeme konnten sich in Marketing und Vertrieb etablieren, decken aber nur einen Teil der komplexen Anforderungen ab. Anhand von Praxisbeispielen und im Rahmen von Diskussionen wird im Workshop dargestellt, welche Chancen der Einsatz von Enterprise Portals bietet, um die Lücke zwischen den vorhandenen CRM- und ERP-Lösungen zu schließen.

Es wird aufgezeigt, wie die Zentralisierung von Daten mit einem prozessorientiertem Zugriff über das Web bestehende Excel-Tabellen und Dateiablagen effektiv ersetzen kann.

Im Workshop werden u. a. Lösungen und Ansätze thematisiert für

- die Anbindung und Steuerung interner und externer Vertriebspartnern (Außendienst, Filialen, Repräsentanten, Niederlassungen);
- die Abbildung von Kundenentwicklungsplänen;
- die Produktion, Beschaffung und der Absatz von Werbemitteln;
- die Organisation und Verwaltung von Marketingmaterialien;
- das Wettbewerbermonitoring;
- die Verwaltung von Referenzen mit der Möglichkeit, individuelle Referenzübersichten und -handbücher zu generieren;
- die Planung, Organisation und Durchführung von Events;
- die Vertriebsunterstützung bei Messen;
- die Optimierung der Projektsteuerung, insb. bei der Einbindung von Partnern (Agenturen, Übersetzern etc.).