

Presseinformation

CRM-expo – Die europäische Leitmesse rund um CRM

September 2010

CRM-expo am 12. und 13. Oktober in Nürnberg

Erfolgsrezept Kundenbeziehung

- Die besten Strategien für Unternehmen werden vorgestellt
- Über 170 Aussteller informieren über aktuelle Trends
- Lösungen für Vertrieb, Marketing, Kundeninteraktion und IT
- Sieger des CRM Best Practice Awards werden gekürt
- Besucherservice und Guided Tours

Fürth (asfc) – Was macht manche Unternehmen erfolgreicher als andere? Was hilft besser durch Krisenzeiten? Wie können Firmen langfristig wachsen? Diese und viele andere Fragen beantwortet die CRM-expo am 12. und 13. Oktober in Nürnberg. An zwei Tagen steht dann erneut das „Erfolgsrezept Kundenbeziehung“ im Mittelpunkt – und alles, was Unternehmen tun und einsetzen können, um ihre Kunden zu erreichen, langfristig zu binden oder um neue Kunden zu gewinnen.

Social Media – vom Schlagwort zum Schlüsselbegriff

Noch steckt das Thema Social Media in den Kinderschuhen – aber Twitter, XING, Facebook oder Blogs werden mehr und mehr von den Unternehmen als weitere Absatzkanäle bzw. Kommunikationswege zu ihren Kunden entdeckt. Wie aber baue ich eine Kommunikation in sozialen Netzen auf? Können virale Kampagnen auch im B2B-Bereich Erfolg haben? Auf der CRM-expo stellen Unternehmen Lösungen vor und zeigen Experten im Kongressprogramm anhand von Best-Practices, was alles sinnvoll und machbar ist. Hans-Jörg Schmidt von der WICE GmbH aus Hamburg und Referent der CRM-expo: „Laut einer Online-Umfrage der Deutschen Telekom unter 477 Führungskräften in Deutschland sind rund 80 % von diesen in sozialen Netzwerken engagiert. Zwar nutzt die Mehrheit das soziale Web eher passiv, aber immerhin jeder dritte Befragte kommuniziert aktiv in den sozialen Medien. Etwa jede vierte Führungskraft veröffentlicht Nachrichten. Diese Zahlen machen deutlich, dass ein grundlegender Wandel stattfindet. Aus Vertriebs- und Marketingsicht bietet sich auf der einen Seite eine große Chance, denn die Barrieren, direkt mit Entscheidern in Unternehmen in Kontakt zu treten, werden geringer. Andererseits sorgt die zunehmende Vernetzung für einen größeren Wettbewerbsdruck. Denn noch nie war es so einfach wie heute, an Produktempfehlungen und Kundenmeinungen zu gelangen. Deshalb müssen sich auch Vertriebs- und CRM-Verantwortliche in mittelständischen Unternehmen mit den neuen Spielregeln auseinandersetzen. Leider ist dies noch nicht überall angekommen.“

Key-Notes als Höhepunkte: Service, Cloud Computing, Neuronales Marketing

„Servicewelt 2015: Das Ende der Warteschleife“ heißt die erste Key-Note. Nils Müller von TrendONE erläutert am Dienstag, 12. Oktober, um 11 Uhr seine Strategien und Ideen. Der Vortrag findet in der gemeinsamen Kongressreihe der CRM-expo mit den Voice Days *plus* statt. Kurz nach der Mittagspause steht Phil Winters im Mittelpunkt des CRM-expo-Kongresses. Der Strategic Advisor der Peppers & Rogers Group und Spezialist für kundenfokussierte Unternehmensstrategien ist ein international anerkannter Experte und wird um 13 Uhr „Das Kundenerlebnis im modernen Zeitalter – die Brücke zwischen sozialen Netzwerken und dem persönlichen Kontakt“ beschreiben. Am Abend heißt es dann: SocialCRM – Chancen, Risiko und Nutzen. Phil Winters, Dr. oec. HSG Christian Huld und Prof. Dr. Peter Winkelmann diskutieren in einer Expertenrunde und laden die Besucher ein, am Dialog teilzunehmen. Sie können Fragen und Anregungen auf der CRM-expo Facebook-Seite posten.

Eine andere Seite beleuchtet Jochen Wießler von Microsoft Deutschland GmbH aus München. Seine Thema: Cloud Services und ihr Nutzen für Organisationen. Wie also können Unternehmen effektiver werden und Kosten sparen, wie können sie die neuen Möglichkeiten einsetzen und sinnvoll nutzen, indem sie Teile ihrer IT-Infrastruktur auslagern und Rechenleistung, Speicherplatz und Software als Service übers Internet zu beziehen. Welche Vorteile bieten diese Services hinsichtlich Flexibilität, Ressourceneinsatz, Kosten und Umwelt? Jochen Wießler wird es am Dienstag im Kongress der CRM-expo aufzeigen. Über einen ganz aktuellen Trend referiert der Schweizer CRM-Experte Dr. oec. HSG Christian Huld. Im Mittelpunkt seines Vortrages stehen die Fragen: Wieso Neuromarketing im CRM? Ist NeuroIPS, der neue Weg die unterbewussten Entscheidungsfindungen zu dekodieren, ein sofort nutzbarer Neuromarketing-Ansatz im CRM? Er macht dies anhand von unterschiedlichen Erfolgsbeispielen aus diversen Branchen deutlich und zeigt Strategien der Umsetzung.

Tipps und Best-Practices

Wie immer bietet die CRM-expo neben den Trendthemen auch „Handfestes“: Datenschutz und CRM, Software-Auswahl, Vertrieb und Kundenbindung, eServices für Außendienstmitarbeiter sind nur einige der Themen. Ganz praktische Anregungen bietet die Kongressreihe „CRM@its best“, in der die Finalisten des CRM Best Practice Award ihre ausgezeichneten Lösungen vorstellen. So stellt der Hausbauspezialist WeberHaus seine CRM-Weiterentwicklung vor, zeigen der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) und der Büroartikel-Spezialist Staples, was ihre Lösungen auszeichnet. In der Kategorie „CRM-Einführung“ sind Liebherr, der Vermarkter von Kranen, die Rundfunkorchester und -chöre Berlin (roc) und der SVG, die Bundes-Zentralgenossenschaft Straßenverkehr, im Rennen. Auch das Klinikum Ingolstadt, in diesem Jahr mit dem Innovationspreis ausgezeichnet, zeigt seine CRM-Lösung – ganz nach dem

Motto „in guten Händen“. Am Abend des ersten Messtages werden die Sieger des CRM Best Practice Awards im Rahmen der Abendveranstaltung auf der CRM-expo feierlich gekürt.

Services und Guided-Tours für Besucher

Neben dem Kombiticket mit den VOICE Days plus und den mailingtagen 2011 können Besucher insbesondere durch das sogenannte „DoppelPack“ beim Eintritt sparen: Wer mit einer Kollegin bzw. einem Kollegen aus einem Unternehmen die CRM-expo besuchen möchte, zahlt nur jeweils die Hälfte des Eintrittspreises. So können beide das gesamte Angebot der CRM-expo optimal nutzen und sich gemeinsam umfassend über CRM informieren. Ideal, wenn etwa interessante Vorträge parallel laufen! Auch über die Vorregistrierung unter www.crm-expo.com können Besucher beim Eintritt sparen. Sie zahlen statt 50 Euro nur 30 Euro für das Kongress- und Messticket (Tageskarte) bzw. statt 85 Euro nur 50 Euro für zwei Tage.

Erneut werden Guided Tours angeboten. Das „Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG)“ wird praxisnah und kompakt über CRM-Lösungen informieren und kostenfreie „Messtouren“ anbieten. Das NEG ist mit dem regionalen Kompetenzzentrum KEGOM, dessen Partner, der IHK Nürnberg für Mittelfranken, sowie dem Kompetenzzentrum RECO vor Ort (Halle 12, Stand E 02 „CRM-Corner“). Zu den Touren kann man sich auf der CRM-expo-Homepage unter dem Punkt „Besuchermanmeldung“ registrieren. Hier sind auch weitere Informationen hinterlegt.

In diesem Jahr finden die CRM-expo, veranstaltet von asfc – atelier scherer fair consulting, und die VOICE Days plus, eine Veranstaltung der NürnbergMesse, erstmals parallel am 12. und 13. Oktober im Nürnberger Messezentrum statt.

Informationen zur CRM-expo:

Ralf Korb – Projektleitung CRM-expo
asfc - atelier scherer fair consulting GmbH
Telefon: +49 911 970058-0
Fax: +49 911 970058-66
E-Mail: info@asfc.de

Medienservice CRM-expo:

Marciel Riemann
< zuhoeren > agentur für kommunikation
Telefon: +49 9131 920 86 30
Fax: +49 9131 920 86 40
E-Mail: presse@agentur-zuhoeren.de

Kontakt für Aussteller und Kongressteilnehmer VOICE Days plus:

Leander Krummrich, Lukas Handrich
NürnbergMesse GmbH
Telefon: +49 911 8606-8373, -8381
Fax: +49 911 8606-8369
E-Mail: leander.krummrich@nuernbergmesse.de

Kontakt für Presse und Medien VOICE Days plus:

Bernhard Steimel	Magdalena Beichel, Beate Sierl
mind Business Consultants	NürnbergMesse GmbH
Telefon: +49 2150 70554-0	Telefon: +49 911 8606-8248
Fax: +49 2150 70554-11	Fax: +49 911 8606-8640