

Sales & Marketing Intelligence

Neue Perspektiven und effiziente Unterstützung der Abläufe im Vertrieb und Marketing durch Integration von Business Intelligence und CRM



Maritim Hotel Berlin

11. & 12. November 2009

Optionaler halbtägiger Workshop
am 13. November

led by



Microsoft Dynamics

Profitieren Sie u.a. von folgenden
Themenschwerpunkten:

- Optimiertes Vertriebs- und Marketing Management durch Customer Intelligence
- Datenqualität und konsistente Datenbasis als Grundlage für ein effizientes CRM
- Marketingeffizienz – Welche Maßnahmen bringen neue Interessenten und zusätzliche Verkäufe?
- Kundenrückgewinnung und –bindung durch analytisches CRM
- Aufbau und Ablauf eines effizienten Kundenkontaktmanagements
- Spannungsfeld zwischen CRM und Markenentwicklung: Zusammenführung von CRM und Branding
- Optimiertes Sales Outbound: Konkretisierte Angebote für zugeschnittene Kundengruppen
- Effizientes Kampagnenmanagement durch effektiven Einsatz von CRM

Lead Sponsor:



Microsoft Dynamics

Kooperationspartner:



Competence
SITE

**"Wenn ich Hundefutter verkaufen will,
muß ich erst einmal die Rolle des Hundes
übernehmen; denn nur der Hund allein weiß
ganz genau, was Hunde wollen."**

Ernest Dichter (1907–91), amerik. Sozialforscher

Zunehmend wird es wichtiger, sämtliche Auswertungen für jede Hierarchieebene zu erstellen und sich umgehend einen umfassenden Überblick zu verschaffen, um neue Erkenntnisse für Vertrieb und Marketing zu gewinnen.



Vorsitz Tag 1:

Kai Göttmann

Vertriebsdirektor Mittelstand & Partner
Microsoft Deutschland GmbH

Referenten:

Herwig Wöhs

Head of CRM and Research
Allianz Elementar Versicherungs-AG

Dennis Kettermann

Unternehmensorganisation – CRM &
Online Marketing
Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG

Dr. Stefan Kokot

Database Marketing Analyst
Arcor AG

Michael Starke

Abteilungsleitung CLD Data Warehousing
und Reporting
Arcor AG

Richard Staudner

Head of Marketing for Dialog, Event &
Online
bauMax AG

Frank Flügel

Head of Strategic Marketing
Bank Julius Bär AG

Oliver Büchter

Kundenbetreuungsmanagement – Leiter
CRM Systeme und eBusiness
BMW AG

Peter Arend

Leiter Vertrieb & Außendienststeuerung
Dr. Kade Pharmazeutische Fabrik GmbH

Kai Göttmann

Vertriebsdirektor Mittelstand & Partner
Microsoft Deutschland GmbH

Georg Fink

Leiter Customer Relationship Management
Oesterreichische Kontrollbank AG

Dr.-Ing. Wilfried Hadrys

Leiter Segmentbetreuung/Fachvertrieb
Portfoliomanagement
RWE Rhein Ruhr AG

Stefan Haas

Leiter Marketing Fernverkehr
Schweizerische Bundesbahnen SBB AG

Marta Kwiatkowski

Leiterin Kundenmanagement
Schweizerische Bundesbahnen SBB AG

Bettina Satters

Leiterin CRM-Kampagnenmanagement
Sparkasse Hannover

Olaf Liedtke

Bereichsleitung Energiehandel und Vertrieb
Stadtwerke Coesfeld GmbH

Ulf Schäfer

Gruppenleitung Vertriebssteuerung
Stuttgarter Versicherung AG

Christian Asperger

Head of CRM
Telekom Austria

Dirk Walter

Director Customer Retention
Unitymedia GmbH

Referenten CV

Peter Arend

ist seit 2002 bei Dr. Kade tätig. Nach verschiedenen Stationen im Vertrieb bei der Guhl Ikebana GmbH von 1995 bis 1999 wechselte er 2000 als Junior Produktmanager zur Sanofi Synthelabo GmbH. Parallel zum Studium der Wirtschaftswissenschaft in Berlin stieg er 2002 bei Dr. Kade/Besins Pharma GmbH als Produktmanager ein. Von 2005 bis 2007 war Peter Arend Abteilungsleiter Außendienststeuerung bei Dr. Kade Pharmazeutische Fabrik GmbH. Seit 2008 leitet er dort außerdem noch den Vertrieb.

Christian Asperger

Nach Abschluss seines Studiums in Business Administration an der Universität Wien begann Christian Asperger seine Laufbahn als Produktmanager bei Hewlett Packard. 2003 wechselte er als Head of Product Marketing Voice für Geschäftskunden zu Telekom Austria. In dieser Position verantwortete er u.a. Aufgaben wie das strategische Produktportfolio, Pricing sowie Promotion und Kommunikation für Voice Services. Seit Oktober 2007 ist Christian Asperger als Head of Customer Relationship Management bei Telekom Austria verantwortlich für Churn Management Programme, Konzeption von Up- und X-Selling Kampagnen sowie Implementierung von Kundenloyalitätsprogrammen und Entwicklung von analytischen Kundenmodellen.

Georg Fink

Nach dem Abschluss seines Studiums der Rechtswissenschaften begann er seine berufliche Laufbahn 1996 bei der Raiffeisenlandesbank Steiermark im Bereich Marketing und Vertriebskoordination. Im Mai 1999 wechselte er und leitete die Internetaktivitäten der Raiffeisenbankengruppe Steiermark. Seit November 2000 ist Georg Fink bei der Österreichischen Kontrollbank AG in Wien als Leiter Customer Relationship Management tätig.

Frank Flügel

ist seit 2007 bei der Bank Julius Bär AG in Zürich tätig. Nach erfolgreichem Abschluss seines Studiums des Marketing Managements und Business Engineering (MBA Universität St.Gallen) begann er seine berufliche Laufbahn 1990 als Marktforscher bei einer internationalen Marktforschungsgesellschaft in der Schweiz. 1999 wechselte er als Manager CRM Business Consulting - Financial Services zu KPMG Consulting. 2003 übernahm er zusammen mit einem Partner die Geschäftsführung der InfoBridge Gesellschaft für Market Research und Business Intelligence in Zürich. Seit 2007 ist Frank Flügel Head of Strategic Marketing bei der Bank Julius Bär AG in Zürich.

Kai Göttmann

ist seit Dezember 2005 bei Microsoft tätig. Seine bisherige Position als Manager Partner Technical Sales und Recruitment führt Kai Göttmann kommissarisch weiter. In dieser Funktion betreut er den Lösungspartnerbereich, der sich aus Systemintegratoren und Independent Software Vendors (ISVs) zusammensetzt und verantwortet die Gewinnung, Technologieberatung und Vertriebsunterstützung dieser Partner. Er hat zudem gemeinsam mit seinem Team die Demo-Umgebung für die virtuelle Musterfirma Contoso erstellt und weiterentwickelt. Kai Göttmann verfügt über langjährige Managementenerfahrungen im direkten und indirekten Vertrieb von Softwarelösungen sowie im Bereich Technologie- und Industriemarketing. 1996 startete Kai Göttmann als Vertriebsstrainee bei dem Softwarehaus Oracle. Vertrieblischen Positionen als Außendienstmitarbeiter, strategischer Berater von E-Commerce Projekten folgten Stationen im Marketing als Produkt Manager und Marketingleiter für Technologie und Industriemarketing. Im Anschluss zog es ihn wieder in den Vertrieb, wo er bis zu seinem Wechsel zu Microsoft drei Jahre den Vertrieb für Collaborations-, Portal- und Contentmanagement-Lösungen leitete. Kai Göttmann studierte nach einer Ausbildung zum Industriekaufmann in einem mittelständischen Elektrotechnik- und Maschinenbauunternehmen Betriebswirtschaft an der Universität in Mainz.

Stefan Haas

Nach seiner Ausbildung zum Betriebsökonom mit Vertiefungsrichtung Marketing schlug Stefan Haas zuerst eine journalistische Laufbahn ein. Im Hinblick auf seine berufliche Weiterentwicklung bildete er sich zum diplomierten PR-Berater weiter. Dieses Know-how konnte Stefan Haas zuerst als Geschäftsführer einer PR-Agentur und ab 2001 als PR-Leiter beim Konzern der Schweizerischen Bundesbahnen SBB in Bern anwenden. 2007 erfolgte die Berufung zum Marketingleiter Schweiz im Fernverkehr. Mit seinem Team ist er zuständig für die Entwicklung, Steuerung und Umsetzung der Vermarktung.

Dr. Wilfried Hadrys

ist nach seinem Studium der Elektrotechnik an der RWTH Aachen als wissenschaftlicher Mitarbeiter tätig. Nach abschließender Promotion ist er seit Oktober 1995 beim RWE-Konzern beschäftigt. Nach mehreren vertrieblischen Stationen wechselte er im Januar 2003 in den Schwerpunktbereich Portfoliomanagement. Er ist verantwortlich für den Aufbau und das Qualitätsmanagement der Absatzportfolien sowie für die Erbringung fachvertrieblicher Dienstleistungen für Portfolikunden.

Dennis Kettermann

arbeitet in der Unternehmensorganisation, schwerpunktmäßig in den Bereichen CRM & Online Marketing, bei der Aloys F. Dornbracht Armaturenfabrik GmbH & Co. KG, einem weltweit tätigen Familienunternehmen und Hersteller von Sanitärarmaturen und Accessoires. Zuvor war er unter anderem als Spezialist für Kundenprozesse bei T-Mobile Deutschland tätig.

Dr. Stefan Kokot

ist seit Juni 2008 als Database Marketing Analyst bei der Arcor AG & Co. KG in Eschborn. Im Jahr 1995 schloss er an der Universität Frankfurt ein Masterstudium in Economics zum Diplom-Volkswirt ab und war dort von 1996 bis 2002 u.a. als Research Associate am Lehrstuhl für Statistik und Ökonometrie tätig. 2002 wechselte er als Wissenschaftlicher Mitarbeiter in die Forschungs- und Entwicklungsgesellschaft Hessen mbH (FEH) in Wiesbaden bevor er 2003 als Dr. rer. pol. promovierte und als Manager aCRM in die T-Online International AG eintrat. Seit Anfang 2006 war er als Teamleiter im Bereich Analytisches CRM der Deutschen Telekom AG, Head Office T-Com tätig.

Marta Kwiatkowski

Nach ihrer kaufmännischen Grundausbildung hat sich Marta Kwiatkowski betriebswirtschaftlich weitergebildet und ihre Marketingspezialisierung mit einem Executive Master in Customer Relationship Management abgerundet. Ihren beruflichen Werdegang startete sie in der Werbebranche, war danach für drei Jahre Marketingverantwortliche in einem mittelständischen Schweizer Softwareunternehmen, bevor sie ihren Werdegang bei den Schweizerischen Bundesbahnen SBB antrat. Bei der SBB hatte sie über mehrere Jahre klassische Produkt- und Segmentmanagement-Aufgaben inne, bevor sie die Leitung des Kundenmanagements innerhalb des Marketings Fernverkehr übernommen hat. In dieser Funktion führt sie das Segmentmanagement und das Dialogmarketing. Des weiteren zeichnet sie sich für die verschiedenen CRM-Projekte innerhalb der SBB verantwortlich.

Referenten CV

Olaf Liedtke

Nach dem Studium des Maschinenbaus arbeitete Olaf Liedtke zwei Jahre als Vertriebsingenieur in der Heiztechnik-Branche. Im Jahre 2000 wechselte er zur Watt Deutschland GmbH und war dort in verschiedenen Führungspositionen für den Vertrieb verantwortlich. Seit 2007 verantwortet er als Prokurist den Bereich Energiehandel und Vertrieb bei der Stadtwerke Coesfeld GmbH.

Bettina Satters

Als Leiterin der Abteilung CRM-Kampagnenmanagement in der Sparkasse Hannover ist Bettina Satters fachlich zuständig für die Betreuung und Weiterentwicklung des CRM-Systems. Außerdem verantwortet sie in der Koordination und Umsetzung das zentrale Kampagnenmanagement, welches über das CRM-System abgebildet wird. In den letzten Jahren hat Bettina Satters in mehreren zentralen Projekten der Sparkassenorganisation wie zum Beispiel „Entwicklung Finanzdienstleistungsfiliale“ und „Multikanalmanagement“ mitgewirkt. In der Zeit von September 2005 bis 31.12.2007 leitete sie das CRM-Projekt in der Sparkasse Hannover, das sowohl die fachliche Vorstudie inklusive der Prozessdefinition, die Anbieterauswahl sowie die Implementierung beinhaltete.

Ulf Schäfer

war nach dem Studium der Volkswirtschaftslehre in Freiburg zunächst bei einer Stuttgarter Bankengruppe beschäftigt. Nach einem beruflichen Wechsel ist er seit 2003 bei der Stuttgarter Lebensversicherung a.G. tätig. Seit 2005 ist er Leiter der Gruppe Vertriebssteuerung. Daneben ist er als Dozent an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg und beim Berufsbildungswerk der Versicherungswirtschaft tätig.

Richard Staudner

ist seit über fünf Jahren bei bauMax tätig. Nach verschiedenen Positionen Category Manager und International Brand Manager ist er seit zwei Jahren Leiter des Bereichs Marketing for Dialog, Event & Online. Davor war er acht Jahre lang als Sales & Category Manager im Handelshaus Niedermeyer - lange Zeit österreichischer Marktführer im Elektronikhandel - tätig und als Key Accounter im Business Sales der Mobilkom Austria beschäftigt.

Dirk Walter

ist seit Anfang 2009 Director Customer Retention der Unitymedia Group in Köln. Er ist dort verantwortlich für die konzeptionelle Gestaltung und Umsetzung der Kundenbindungs- und Kundenrückgewinnungsprogramme. Darüber hinaus verantwortet er konzeptionell sämtliche CRM-Aktivitäten der Unitymedia Group. Vor dieser Tätigkeit agierte er sieben Jahre lang als Team Manager Customer Retention bei der E-Plus Mobilfunk GmbH sowie als CRM-Manager bei der Arcor AG & Co. KG und als Consultant der KPMG Consulting GmbH.

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

09.00 Begrüßung durch **marcus evans** und den Vorsitzenden**Kai Göttmann**

Vertriebsdirektor Mittelstand & Partner

Microsoft Deutschland GmbHOPTIMIERTES VERTRIEBS- UND MARKETINGMANAGEMENT
DURCH CUSTOMER INTELLIGENCE09.15 **Case Study:****Effizienter Ressourceneinsatz in Vertrieb und Marketing durch gezielte Segmentierung und Selektion von Daten**

- Potenzialorientierte Selektion bei der Erschließung von neuen Märkten und Zielgruppen
- Der Blick in die Zukunft: Qualitative Bewertung von Kunden und anderen Zielgruppen
- Maximierung der Effizienz und Effektivität bei zielgerichteter Kundenbetreuung
- Kundendaten Leadmanagement

Dennis Kettermann

Unternehmensorganisation – CRM & Online Marketing

Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG10.00 **Kosten senken, Produktivität erhöhen – IT als Krisenbewältigungstechnologie im Vertriebsalltag**

- Herausforderungen an Vertrieb und Marketing im Zeichen schrumpfender Budgets
- Erfolgsfaktor Kundenbindung: Mit Software plus Services zum umfassenden CRM
- Fundiert entscheiden: Business Intelligence an jedem Arbeitsplatz

Kai Göttmann

Vertriebsdirektor Mittelstand & Partner

Microsoft Deutschland GmbH

10.45 Kaffee- und Teepause

11.15 **Case Study:****Welche Zielerreichung hat CRM in der OeKB sicher zu stellen?**

- Was hat CRM im Unternehmen zu leisten?
- Erfahrungen aus zwei CRM-Tool-Einführungen
- Marketingmix eines B2B-Anbieters am Beispiel der Einführung eines neuen Produktes

Georg Fink

Leiter Customer Relationship Management

Oesterreichische Kontrollbank AG12.00 **Case Study:****MehrWert – Dialog Marketing**

- CRM Gestern und Heute
- Außendienst im Handel?
- ECRM

Richard Staudner

Head of Marketing for Dialog, Event & Online

bauMax AG

12.45 Mittagspause

METHODEN UND SYSTEME FÜR CUSTOMER INTELLIGENCE

14.00 **Case Study:****Marketingeffizienz – Welche Maßnahmen bringen neue Interessenten und zusätzliche Verkäufe?**

- Operationalisierung der Ziele
- Frühzeitige Bewertung von Maßnahmen Erfolg und Adressqualität
- Messung zusätzlicher Verkäufe
- Effizienz von Loyalisierungsmaßnahmen

Oliver Büchter

Kundenbetreuungsmanagement – Leiter CRM Systeme und eBusiness

BMW AG14.45 **Case Study:****Datenqualität und konsistente Datenbasis als Grundlage für ein effizientes CRM**

- Unterschiedliche Blickwinkel: Kundenschnittstelle vs. Vertriebschnittstelle
- Welche Datenbasis benötigt welches Geschäft?
- Welche Quellen sind als Datengrundlage geeignet?
- Updatezyklen, Auswertbarkeit und Interpretierbarkeit von Informationen
- Lösungsvarianten anhand eines Commodity-Individualkunden-CRM-Systems

Dr.-Ing. Wilfried Hadrys

Leiter Segmentbetreuung/Fachvertrieb Portfoliomanagement

RWE Rhein Ruhr AG

15.30 Kaffee- und Teepause

16.00 **Case Study:****Kontrollprozesse und Prüfmehanismen zur erfolgreichen Stammdatenbereinigung**

- Falsche Stammdaten sind vermeidbar – die Prüfung am Anfang
- Ständige Überprüfung ist Pflicht – Algorithmen und Verfahren
- Stammdaten sind Marketingtool und Firmenkapital – Nutzen- und Kostenaspekte gut gepflegter Stammdaten

Peter Arend

Leiter Vertrieb & Außendienststeuerung

Dr. Kade Pharmazeutische Fabrik GmbH16.45 **Case Study:****Implementierung des Kundenwerts: Erfahrungen aus der Telekommunikation**

- Der Kundenwert als Steuerungsinstrument im Bestandskundenmarketing / CRM
- Übersicht: Ansätze zur Berechnung des Kundenwerts
- Schritte zur Implementierung des Kundenwerts
- Use Cases für den Kundenwert in der Telekommunikation

Dr. Stefan Kokot

Database Marketing Analyst

Michael Starke

Abteilungsleitung CLD Datawarehousing und Reporting

Arcor AG17.30 **Case Study:****Unternehmenssteuerung durch Kundenzufriedenheit**

- Die Methode des net promoter score
- Einsatzgebiete des NPS
- Individuelle Zielvorgaben für Innen- und Außendienst
- Praktische Beispiele des Einsatzes des net promoter scores in der Finanzindustrie

Herwig Wöhs

Head of CRM and Research

Allianz Elementar Versicherungs-AG

18.15 Abschließende Worte des Vorsitzenden

18.25 **Microsoft Dynamics** lädt ein: Informelle Gesprächsrunde mit Sektempfang zum Ideenaustausch und Ausklang des ersten Tages. Dabei werden Ihnen Referenten der Konferenz für Ihre individuellen Fragen zur Verfügung stehen.

Exhibitor at the conference:



Buchungsinformation:

Niels Fischer

Tel: +49 (0)341 98 97 203

Fax: +49 (0)341 98 97 201

E-Mail: N.Fischer@marcusevansde.com

www.marcusevansde.com/Salesintelligence

08.30 Empfang mit Kaffee und Tee

09.00 Begrüßung durch den Vorsitzenden

EFFIZIENTER EINSATZ VON CUSTOMER INTELLIGENCE

09.15 **Case Study:**

Im Spannungsfeld zwischen Marke und Kundenbeziehung

- Die Bedeutung von CRM und Markenführung im Private Banking
- Die Verkettung von Markenerlebnis und Kundenbeziehung
- Die Bedeutung und Ausgestaltung der Kundenkontaktpunkte
- Die Umsetzung von Client Insights – Anforderungen an ein CRM-System

Frank Flügel

Head of Strategic Marketing

Bank Julius Bär AG

10.00 **Case Study:**

Kanalübergreifendes Kampagnenmanagement optimieren durch den effektiven Einsatz von operativem und analytischem CRM

- Ausgangssituation in der Sparkasse Hannover
- Wie wird kanalübergreifendes Kampagnenmanagement durchgeführt
- Best practice-Beispiel für operatives Kampagnenmanagement
- Best practice-Beispiel für Verzahnung operatives Kampagnenmanagement mit analytischem CRM

Bettina Satters

Leiterin CRM-Kampagnenmanagement

Sparkasse Hannover

10.45 Kaffee- und Teepause

11.15 **Case Study:**

Kampagnenmanagement als Instrument der „lernenden“ Organisation

- Abgestimmte Marketing- und Kampagnen-Prozesse
- Simulationen zur Prognose der Wirtschaftlichkeit von Kampagnen
- Closed Response Loop als Schlüssel der lernenden Organisation

Stefan Haas

Leiter Marketing Fernverkehr

Marta Kwiatkowski

Leiterin Kundenmanagement

Schweizerische Bundesbahnen SBB AG

12.00 **Case Study:**

Empfängerorientiertes Vertriebsreporting bei einer Versicherung

- Vertriebssteuerung durch effizientes Vertriebsreporting
- Operatives und strategisches Vertriebsreporting
- Empfängerorientiertes Vertriebsreporting
- Verbindung von Vertriebsmaßnahmen und dem Vertriebsreporting

Ulf Schäfer

Gruppenleitung Vertriebssteuerung

Stuttgarter Versicherung AG

12.45 Mittagspause

14.00 **Case Study:**

Erfolgreiches Churnmanagement durch analytisches CRM

- Zielgenaue Kundensegmentierung
- Das Churn Prediction Model bei Unitymedia
- Proaktive Prevention- und Retention-Maßnahmen
- Zielgruppengenaue Servicedifferenzierung

Dirk Walter

Director Customer Retention

Unitymedia GmbH

14.45 **Case Study:**

Aufbau und Ablauf des Kundenkontaktmanagements bei der Telekom Austria TA AG

- Struktur des Kundenkontaktmanagements bei CRM Kampagnen
- Up- und X-Selling Programme für aktive Kontakte via Direct Mail, Outbound Calls, SMS, etc.
- Next Best Offer Management für reaktive Kontakte über Inbound, Shops und Online Portal
- Closed Loop Management und Responseerfassung

Christian Asperger

Head of CRM

Telekom Austria TA AG

15.30 Kaffee- und Teepause

16.00 **Case Study:**

Bereitstellung und Verarbeitung steuerungsrelevanter Informationen – CRM als Schlüssel zum Vertriebs Erfolg

- Vertriebscontrolling als Basis für den vertrieblichen Erfolg
- Optimierung von Segmentstrategien
- Ableitung von Produkt und Preisstrategien
- Optimale Nutzung der Vertriebskanäle

Olaf Liedtke

Bereichsleiter Energiehandel und Vertrieb

Stadtwerke Coesfeld GmbH

16.45 Zusammenfassende Worte des Vorsitzenden

17.00 Ende der Konferenz

Wir danken allen Personen und Firmen für die Unterstützung bei der Recherche und Konzeption dieser **marcus evans** Konferenz. Insbesondere möchten wir uns bei den Referenten für ihre Beiträge bedanken.

Tanja Endo

Conference Producer, General Business Division

marcus evans (Germany) Ltd.

Zielgruppe:

Mitglieder des Vorstands und der Geschäftsführung, Leiter und verantwortliche Mitarbeiter der Abteilungen:

- CRM
- Vertrieb
- Marketing
- Sales / Verkauf
- Vertriebsstrategie
- Vertriebssteuerung
- Marketingstrategie
- Vertriebs- und Marketingcontrolling
- Key Account Management
- Außendienst
- Business Development
- New Media
- Unternehmensstrategie

aus Unternehmen aller Branchen

Freitag, 13. November 2009

Optionaler halbtägiger Workshop

- 08.30 Empfang mit Kaffee und Tee
- 09.00 **Geschäftsprozesse im Vertriebsumfeld:
Herausforderungen und Potenziale**
- Wie kann IT heute Geschäftsprozesse im Vertrieb unterstützen?
 - Welche Potenziale bieten innovative Lösungen für den Vertrieb heute?
- 09.45 **Business Value Bewertung**
- Bieten IT-Lösungen tatsächlich Mehrwerte – oder verursachen diese nur hohe Investitionen und laufende Kosten?
 - Wie lassen sich Potenziale und Business Value nachweislich und transparent analysieren und darstellen?
 - Wie sieht ein praxiserprobtes Vorgehensmodell aus?
- 10.30 Kaffee- und Teepause
- 11.00 **Best Practice Beispiele**
- Wie haben Unternehmen ihre Vertriebsprozesse erfolgreich optimiert?
 - Wie konnte die Produktivität gesteigert werden?
 - Erfahrungsberichte aus konkreten Kundensituationen
- 11.45 **Überblick und Einführung in die Prozesse mit Microsoft Dynamics CRM**
- Wie haben Unternehmen ihre Vertriebsprozesse erfolgreich optimiert?
 - Wie konnte die Produktivität gesteigert werden?
 - Erfahrungsberichte aus konkreten Kundensituationen
- 12.15 **Diskussion und Austausch**
Fragen und Antworten rund um Nutzwertanalyse und Microsoft Dynamics CRM
- 12.45 Ende des Workshops

Workshop Sponsor:



Microsoft ist der weltweit führende Hersteller von Standardsoftware, Services und Lösungen, die Menschen und Unternehmen aller Branchen und Größen helfen, ihr Potenzial voll zu entfalten. Sicherheit und Zuverlässigkeit, Innovation und Integration sowie Offenheit und Interoperabilität stehen bei der Entwicklung der Microsoft-Produkte im Mittelpunkt.