



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

PRESSEMITTEILUNG

46. Deutscher Marketing Tag

Customer Relationship Management – viele Unternehmen unterschätzen immer noch die Bedeutung für sich und ihre Kunden.

Laut der *Marketing Agenda 2019* beklagen knapp 25 Prozent der Senior Marketing Executives in Europa das Fehlen eines geeigneten CRM-Tools im eigenen Unternehmen. 50 Prozent halten die eingesetzte CRM Lösung nur für bedingt nutzbar

Düsseldorf, den 7. Mai 2019 – Die Digitalisierung hat als wesentlicher Bestandteil des täglichen Lebens auch eine digitale Transformation der Geschäftswelt hervorgerufen. Insbesondere für die Kundenbeziehungen ist die Digitalisierung von entscheidender Bedeutung. Und doch wird Customer Relationship Management in vielen Unternehmen immer noch sehr stiefmütterlich behandelt.

CRM bedeutet, die Loyalität und Profitabilität von Kunden zu verbessern, sowohl im Sinne der Akquisition neuer Kunden als auch der Optimierung bestehender Kundenbeziehungen. Heute steht der Aufbau langfristiger Geschäftsbeziehungen, die Kenntnis individueller Kunden sowie die Interaktion mit dem Kunden im Mittelpunkt. In neuerer Zeit hat CRM noch eine größere Bedeutung erhalten: das traditionelle Geschäftsmodell mit digitalen Medien zu verknüpfen, Kunden emotional an eine Marke zu binden, und funktionale Produkteigenschaften mit erlebnisstiftenden Elementen zu verknüpfen.



„Bei dem Einsatz von CRM geht es längst nicht nur um Kundenbindung, sondern auch um die Gewinnung neuer Kunden. Dies gelingt nur dann, wenn Unternehmen die richtigen Daten generieren und die notwendigen Informationen über potenzielle Neukunden gewinnen“, sagt Daniela Meisenheimer, Head of Group Communication & Digital Marketing Doehler GmbH. Und weiter: „Die veränderte Kommunikation mit den Kunden ist eine Herausforderung für jedes Unternehmen. Ein erfolgreiches CRM ist heute

weit mehr als ein Pflichtenheft von Funktionalitäten. CRM ist eine unverzichtbare Plattform für alle Interaktionen mit dem Kunden.“ Daniela Meisenheimer ist eine/r der Experten/innen der Breakout Session *CRM Best Practices: Grundlagen der Digitalisierung schaffen* auf dem 46. Deutschen Marketing Tag am 4. und 5. Dezember 2019 in Düsseldorf.



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

Die Breakout Session *CRM Best Practices: Grundlagen der Digitalisierung schaffen* findet am 5.12.2019 statt. Experten diskutieren intensiv dieses Thema. Fragestellungen werden u.a. sein:

- Welche Best Practices gibt es für die Einführung und Nutzung von CRM?
- Wie ist das Zusammenspiel zwischen Fachbereich und IT zu orchestrieren?
- Wie sollte ein Projekt für die Umsetzung aufgesetzt werden?

Der Deutsche Marketing Tag

Am 4. und 5. Dezember 2019 findet der 46. Deutsche Marketing Tag in Düsseldorf statt – Das Motto: #MARKETING CENTRICITY fokussiert auf die intelligente und effiziente Kundenansprache durch das Marketing.

Der Deutsche Marketing Tag ist die wichtigste Branchen-Konferenz Europas zum Thema Marketing. Knowledge Transfer und Networking stehen an erster Stelle und ist für Marketers der *place to be*. Im vergangenen Jahr nahmen 1.700 Top Experten an der zweitägigen Konferenz des Deutschen Marketing Verbandes teil: 100 Referenten, 20 Breakout Sessions, Deep Dives, Plenarvorträge, Stand Up-Presentations, Diskussionsrunden und Masterclasses beleuchteten die unterschiedlichen Themenfelder aus unterschiedlichen Branchen und Blickwinkeln.

Anmeldung und weitere Informationen unter www.deutschermarketingtag.de.

Die Marketing Agenda 2019 steht unter folgendem Link zum Download zur Verfügung: <https://www.marketingverband.de/veranstaltungen/deutscher-marketing-tag/46-deutscher-marketing-tag/>

Über den Deutschen Marketing Verband e.V.

Der Deutsche Marketing Verband (DMV) ist der Berufsverband des Marketing-Managements und die Dachorganisation der mehr als 60 Marketing Clubs in Deutschland und der Österreichischen Marketing-Gesellschaft. Er vertritt die Interessen von über 14.000 Führungskräften aus marketingorientierten Unternehmen. Seit 1956 sorgt der Verband für die Verbreitung des Marketingbewusstseins in Wirtschaft und Gesellschaft und sieht sich als die Institution für praxisnahe Weiterbildung und Know-how-Transfer.

Pressekontakt:

Deutscher Marketing Verband Service GmbH

Willy-Brandt-Allee 31 D

23554 Lübeck

Karin Bollo, Tel.: +49 451 160855 29

E-Mail: presse@marketingverband.de