



# Management-Forum

## Trends und Erfahrungsberichte in der Marketing-Kommunikation innerhalb Österreichs in den nächsten 5 Jahren

- ▶ Marketingstudie der WU Wien
- ▶ E-Marketing
- ▶ Mobilität im CRM
- ▶ Mobile Unternehmensanwendungen
- ▶ Trends in der Marketing Kommunikation
- ▶ Einsatz von Marketing Solutions – Best Practice der Telekom Austria
- ▶ Internet als Werbemedium

**Referenten:** **Björn Ambos** (Institut Internationales Marketing Management der WU Wien), **Franz J. Kolostori** (eyepin eMarketing Software), **Roland M. Kreutzer** (Tripple Internet Content Services), **Martin Neubauer** (MTiT, A1 Solution Partner), **Oliver Nitz** (Telekom Austria), **Alexandros Osyos** (mobillkom austria), **Josef Thoma** (Alcatel)

**Mittwoch, 22. November 2006, 13.00 – 17.00 Uhr**  
**Wirtschaftskammer Wien, Leopold-Maderthaner-Saal**  
**Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien**

Mit freundlicher Unterstützung von:



## CRM – Kommunikations-Aspekte im Beziehungs-Management

Klassisches CRM setzt auf die Pflege von Datenbankinhalten. Diese werden dann einer Benutzergruppe dergestalt zur Verfügung gestellt, dass diese anhand von definierten Geschäftsprozessen Ziele umzusetzen imstande ist.



Josef Thoma  
(Alcatel)

Das Hauptaugenmerk liegt hier auf

- ▶ Pflege der Datenbasis
- ▶ Prozess-Definitionen

Es ist unbestritten, dass beide Kriterien Voraussetzung für den Erfolg sind. Die Frage ist jedoch: sind sie auch hinreichend?

Während der Zugriff auf CRM-Daten im Unternehmen selbst kein Problem darstellt, ist dieser aus Sicht einer mobilen Verkaufsorganisation eher problematisch.

Effizient arbeitende Spezialisten sind knapp. Sie müssen vor allem auch mobil einsatzfähig sein. Damit gewinnt jene Technologie an Bedeutung, die die benötigte Information rasch und unkompliziert auf frei wählbarem Medium darstellen kann.

Mobilität im CRM sichert einen wichtigen Wettbewerbsvorteil und ermöglicht so ein rasches Umsetzen von Unternehmenszielen.

## Mobilisieren von Microsoft CRM mittels der BlackBerry-Plattform

Mobile Unternehmenslösungen haben mittlerweile eine Entwicklungsstufe erreicht, von der Unternehmen in erheblichem Ausmaß profitieren können. Neben signifikanten Kostenersparnissen und gesteigerter Kundenzufriedenheit



Alexandros Osyos  
(mobilkom austria)

heit, zeigt sich vor allem, dass ein Kernelement das Customer Relationship- und Informationsmanagement darstellt. Auch andere Unternehmensanwendungen (egal ob ERP-Systeme, CRM-Systeme oder andere) können mobil erweitert werden. Gerade BlackBerry als Plattform zeigt, wie flexibel sich mobile Lösungen in vorhandene Systemlandschaften einfügen können. Ein Beispiel ist Microsoft CRM auf BlackBerry entwickelt mit dem A1 SOLUTIONPARTNER MTi.

## Entwicklungen / Trends in der Marketing Kommunikation

In Zusammenarbeit mit dem Institut Internationales Marketing Management der Wirtschaftsuniversität Wien (Prof. Bodo Schlegelmilch und Prof. Björn Ambos) hat Telekom Austria eine Studie durchgeführt. Ziel war es, bestehende und zukünftige Anforderungen an Kundenkommunikation am österreichischen Markt zu erheben. Im Kern wurden einzelne Segmente der Branchen Dienstleistung, Öffentlicher Bereich, Tourismus und Einzelhandel untersucht. Zusätzlich sind durch das Team der Universität Veränderungen in den Bereichen Marketing, Technologie und Lifestyle erhoben worden.



Björn Ambos  
(Institut Internationales Marketing Management der WU Wien)

Ergebnis der Studie: Das Internet und andere elektronische Medien werden die Kundenkommunikation von Unternehmen und der öffentlichen Hand in der Zukunft entscheidend ändern. Insbesondere junge Zielgruppen können über herkömmliche Kommunikationskanäle nur mangelhaft angesprochen werden. Unternehmen und Institutionen sind daher gefordert, sich mit den aufgezeigten Entwicklungen auseinanderzusetzen, um sie

in weiterer Folge für zielgerichtete Kommunikationsmaßnahmen einsetzen zu können.

### **Auszug aus der Studie:**

#### **Entwicklungen / Trends in spezifischen Zielgruppen / Branchen:**

- ▶ Entwicklung der Marketing Kommunikation im öffentlichen Bereich
- ▶ Zukünftige Trends der Marketing-Kommunikation im Dienstleistungssektor
- ▶ Erwartete Trends der Marketing-Kommunikation im Einzelhandel
- ▶ Zukunftstrends im Tourismus

#### **Umfeld – Veränderungen:**

- ▶ Erwartete Veränderungen in der Technologie
- ▶ Erwartete Veränderungen im Lifestyle
- ▶ Veränderungen im Marketing (Interaktion zwischen Unternehmen und Kunden)

### **Positive Kundenerfahrung durch Einsatz von Marketing Solutions**

Die starke Nutzung des Internets und mobiler Kommunikation stellt eine neue Herausforderung für Unternehmen dar. Insbesondere junge Zielgruppen sind nur mehr schwer erreichbar. Durch Einsatz entsprechender Kommunikationslösungen können Unternehmen die Erreichbarkeit steigern und gleichzeitig für eine positive Kundenerfahrung sorgen. Marketing Solutions von Telekom Austria unterstützen bei der erfolgreichen Umsetzung dieser Ziele.



**Oliver Nitz**  
(Telekom Austria)

### **His majesty, the customer**

Trends in der Individualisierung im E-Marketing:

- ▶ Der Supergau des E-Marketers ist der Verlust von bestehenden Abonnementen. Neue »Intelligenzen« wählen den passenden Content aus, um das zu verhindern und die Erfolgsquote zu erhöhen.



**Franz J. Kolostori**  
(eyepin – Crosslink GmbH)

Die Rolle von Cross Media und Triple Play im künftigen E-Marketing:

- ▶ Langsam, aber doch verknüpfen sich Medien wie Print, E-Mail oder SMS zu einem sinnvollen Kommunikations-Mix. Der Trend wird sich auch im Triple Play fortsetzen.

### **Das Internet als Werbemedium**

Das Internet ist als interaktives Werbemedium bisher immer stark als Response-Medium in der werblichen Kommunikation gesehen worden. Doch gerade die Branding-Wirkung und die klassischen Werbewirkungen der Offline-Medien sind im Internet bestens umzusetzen, Kampagnen mit klassischen Zielen (Awareness, Markenaufbau, Kaufabsichten) sind im Internet effizienter, günstiger und genauer zu Erfolg zu bringen. Daten aus einigen aktuellen Studien mit österreichischen Kampagnen (Stiegl, Billa, Eskimo, Universal Music, Pizza Mann) zeigen, was das Internet bewirken kann und in welche Richtung man Kampagnen planen kann.



**Roland M. Kreutzer**  
(Tripple Internet Content Services)

## **Agenda:**

### **13.00 CRM – Kommunikations-Aspekte im Beziehungs-Management**

Josef Thoma (Alcatel)

### **13.30 Mobilisieren von Microsoft CRM mittels der BlackBerry Plattform**

Alexandros Osyos (mobilkom  
austria) und Martin Neubauer  
(MTiT, A1 Solution Partner)

### **14.00 Entwicklungen / Trends in der Marketing Kommunikation**

Björn Ambos (Institut Internationa-  
les Marketing Management der WU  
Wien)

### **14.40 Pause**

### **15.15 Positive Kundenerfahrung durch Einsatz von Marketing Solutions**

Oliver Nitz (Telekom Austria)

### **15.45 His majesty, the customer**

Franz Kolostori (eyepin – Crosslink  
GmbH)

### **16.15 Das Internet als Werbemedium**

Roland M. Kreuzer (Tripple  
Internet Content Services)

### **16.40 Schlussdiskussion**

### **17.00 Ende der Veranstaltung**

**Zielgruppe:**

**IT-Entscheider, Verantwortliche für die Bereiche Marketing, Internet,  
CRM, E-Marketing sowie Unternehmenskommunikation.**

An  
**Future Network** – Gesellschaft zur  
Förderung der Vernetzung in der  
Informationstechnologie  
Kaiserstraße 14/2  
1070 Wien  
Tel.: (01) 522 36 36-37  
Fax: (01) 522 36 36-10  
E-Mail: [registration@future-network.at](mailto:registration@future-network.at)  
<http://www.future-network.at>

**CONECT**  
EVENTMANAGEMENT  
[www.conect.at](http://www.conect.at)

## ANMELDUNG

Ja, ich möchte am Management-Forum »Trends und Erfahrungsberichte in der Marketing-Kommunikation« am 22. November 2006 teilnehmen.

Firma:

Name:

Straße:

PLZ/Ort:

Tel./Fax:

E-Mail:

Oder legen Sie einfach Ihre Visitenkarte bei!

Anmeldeschluss: 20. November 2006

**Beschränkte Teilnehmerzahl. Anmeldebestätigung erforderlich.**

Das Future Network behält sich vor, Besucher ohne Teilnahmebestätigung abzuweisen.

Future-Network-Mitglieder werden bevorzugt gereiht und erhalten die Unterlagen.

Senden Sie mir bitte Informationen über das Future Network.