

#germancrmforum

SUCCUS
ESSENZ DES ERFOLGS

GERMAN CRM FORUM

VOM
ERLEBNIS
ZUR
BEZIEHUNG.

12. Jahresforum für Entscheider aus Marketing, Vertrieb und CRM
30./ 31. März 2022 | Steigenberger Airport Hotel Frankfurt und virtuell

TRÄGER



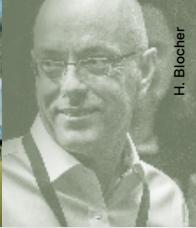
LEADPARTNER



Das führende Jahresforum für Kundenmanagement!



12. GERMAN CRM FORUM, 30./ 31. März 2022



VOM ERLEBNIS ZUR BEZIEHUNG.

Die führende CRM-Konferenz Deutschlands geht in die 12. Runde.

CRM ist keine Technologie und einzelne Maßnahmen bringen keinen nachhaltigen Erfolg. Wie gelingt es aber, eine unternehmensweite Strategie zu entwickeln und vor allem nachhaltig zu verankern? Wie begeistern wir täglich unsere Kolleg:innen dafür, wiederum unsere Kunde:innen zu begeistern und mit welchen Instrumenten lässt sich Kundenzentrierung messen? Und wie gelingt eine horizontale, prozessuale Sicht im Unternehmen jenseits der Silos? Um Fragen wie diese geht es auch diesmal beim GERMAN CRM FORUM.

Wie jedes Jahr versammelt sich die CRM-Community aus dem DACH-Raum für zwei Tage, um sich auf Augenhöhe auszutauschen. Zwanzigmal Praxis pur und ungeschminkt und sieben inspirierende Keynotes machen auch 2022 das Forum aus.

Helmut Blocher, Initiator des German CRM Forum und Gründer, SUCCUS | Wirtschaftsforen, Wien

Moderation:

Mari Lang, ORF, Wien

Martin Nitsche, Geschäftsführer, Solveta GmbH, Pinneberg; Präsident, Deutscher Dialogmarketing Verband (DDV), Frankfurt a.M.

ZIELGRUPPE

Leiter:innen CRM, Kundenmanagement, Customer Experience Management, Marketing, Services, Service Design, Vertrieb, Business Development, Digitale Transformation, CRM-Projektleiter:innen, Geschäftsführer:innen

TRÄGER



DEUTSCHLANDS FÜHRENDE CRM-KONFERENZ



KONKRETER – INDIVIDUELLER – INTERAKTIVER

- > Inspirierende Vorträge bringen es auf den Punkt
- > Nach jedem Vortrag bleibt Zeit für Fragen
- > Wähle deine persönlichen Schwerpunkte



AUSTAUSCH AUF AUGENHÖHE

Tausch dich mit CRM-Verantwortlichen aus allen Branchen aus. Die Vortragenden stehen für persönliche Gespräche gerne zur Verfügung. Das German CRM Forum bietet vielfältige Gelegenheiten für den Meinungs- und Erfahrungsaustausch. In der Networkingzone, beim Speed-Dating oder bei den 1:1-Gesprächen.



„Eine rundum gelungene Veranstaltung und ich werde auf jeden Fall wieder kommen!“

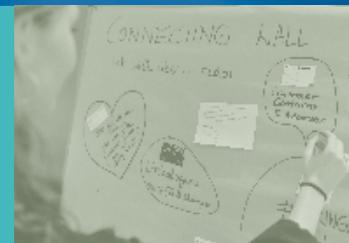
Christian Holt, Maschinenfabrik
Bernard KRONE, Spelle

„Baaaaaaaaaaaaaaaaam!
Reicht das als Feedback?
Ihr habt euch übertroffen!“

Peter Graef, GRAEF Gruppe,
Berlin

PLUS ZWANZIGMAL PRAXIS PUR UND UNGESCHMINKT

Von und mit Unternehmen wie R+v Direktversicherung, SAP, ProSiebenSat.1, Sanitas, PAYBACK, HanseMerkur, Commerzbank AG, LKW WALTER, Lallemand, SHK, RATH AG, ADAC Customer Service, ELK Fertighaus, Hays AG, Lautsprecher Teufel.



„Tolle Konferenz mit vielen spannenden und aktuellen Vorträgen rund um CRM, KI und Customer Centricity. Die Keynote-Sprecher waren großartig, fesselnd und inspirierend und sie haben viele Denkanstöße gegeben.“

Carina Vogel, Ikano Bank, Wiesbaden

GERMAN CRM FORUM

Herzlich
willkommen
bei Deutschlands
führender CRM
Konferenz!

Caroline
Klein
CRM FORUM
2024

12. GERMAN CRM FORUM | Mittwoch, 30. März 2022

Vom Erlebnis zur Beziehung.



08:30

CHECK-IN

09:30

Begrüßung

WILLKOMMEN BEIM 12. GERMAN CRM FORUM

Mari Lang, Moderatorin, ORF, Wien

Helmut Blocher, Geschäftsführer, SUCCUS | Wirtschaftsforen, Wien

09:45

Keynote

THE POWER OF REAL | Wenn online alles besser, schneller, einfacher geht, wozu brauchen wir dann OFFLINE?

Dietmar Dahmen, Globaler Unternehmer, Motivator und Keynote-Speaker, Wien

Dietmar kommt schnell zur Sache: Er zerstört deine Bequemlichkeit, bekämpft die Angst vor der Transformation und möchte uns Kraft und Mut geben, das Neue auch umzusetzen.

10:30

Pause in der Networkingzone

11:00

Keynote

BEYOND CRM | Das Potential von Human-2-Human Marketing

Kerstin Köder, Senior Vice President Marketing für die Region Europa, Mittelost und Afrika (EMEA), SAP, Walldorf

Ob B2C oder B2B: Menschen kaufen immer von Menschen. Kerstin gibt Einblicke, wie Unternehmen Kundendaten und menschliche Werte Zusammenbringen und mithilfe von Zielgruppenwissen und Profiling „Magic Moments“ schaffen.

11:30

Keynote

RADICAL. DIGITAL. MAGICAL. | Warum wir radikal sein sollten

Björn Sorge, Vice President Experience Design, ProSiebenSat.1, München

Björn beschreibt aus eigener Erfahrung, was es für Unternehmen, Organisationen, Abteilungen und letztlich Mitarbeiter braucht, um den Kunden wirklich in den Fokus zu stellen.

12:00

Keynote

WAS FÜR KUNDEN ZÄHLT! | Von Empathie bis Integrität für eine exzellente Customer Experience

Leonid Rodos, Senior Manager Consulting – Value Chain Transformation;

Dr. Martin Zirkel, Partner mit Fokus auf kundenzentrierte Geschäftsmodelle, KPMG AG, Frankfurt a.M.

Leonid und Martin gehen auf sechs Treiber der Customer Experience Excellence ein und wie diese im signifikanten Zusammenhang mit der Loyalität und der Weiterempfehlungsbereitschaft stehen. Dazu zeigen sie Beispiele aus unterschiedlichen Branchen.

12:30

CRM Session

AUSTAUSCH – REFLEXION – TRANSFER

12:45

Mittagessen in der Networkingzone

12. GERMAN CRM FORUM | Mittwoch, 30. März 2022

Vom Erlebnis zur Beziehung.



Parallelprogramm

PRAXIS PUR UND UNGESCHMINKT

Moderation: Mari Lang, ORF

DIGITAL – ABER BITTE PERSÖNLICH!

High tech & high touch im
Omnichannel Sales

Fitim Arifi, Leiter Omnichannel & Digital Sales,
Sanitas, Zürich

NIEMAND BRAUCHT HEUTE NOCH PRINT!

– Oder eben doch?

Mark Brauch, Director Directmarketing +
Reach, PAYBACK, München

KUNDENGEWINNUNG DURCH KOOPERATIONEN

Von der Gießkanne zu One-to-one

Petra Bissbort, Leiterin Kooperations-
marketing, HanseMerkur, Hamburg

B2B SCHWERPUNKT

Moderation: Georg Blum, 1A Relations

DIE CDP-WELT ÖFFNET SICH

Wie wir das Potenzial von CRM besser
ausschöpfen

Hanns-Christian Palka, Corporate Director –
CRM – Digital Marketing – XRM,
Lallemand Inc., Büro München

ECHTE BEZIEHUNGEN – SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG IN B2B

Was haben wir gelernt und wie geht die
Reise weiter?

Justin Lemmens, Leiter Verkaufssteuerung,
LKW WALTER, Wiener Neudorf/ Kufstein

REALITY CHECK VERTRIEB & MARKETING IN B2B

Vom Lokalmatador zum Global Player

Thomas Binder-Krieglstein, Marketing
Director, RATH AG, Wien

INTEGRATION & TRANSFORMATION

Moderation: Jennifer Maier, KPMG AG

STAND DER DIGITALISIERUNG IN DEUTSCHLAND

Digitalisierungsindex Marketing
und Vertrieb 2021

Dr. Andreas Heusler, Senior Manager,
KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft,
München

PERSONAS NEXT LEVEL

Wie man mit datengetriebenen
Personas erfolgreich
Kundenbeziehungen aufbauen kann

Andrea Ahlemeyer-Stubbe, Director Strategic
Analytics, servicepro, München

FROM CHANGE TO CHANCE

Agile Organisationsentwicklung
für Marketing & Vertrieb.

Patrick Kuglmeier, Organisationsentwickler,
ADITO Software & Gründer und
Geschäftsführer, Humanize.works UG
Tobias Mirwald, Geschäftsführer,
ADITO Software, Geisenhausen

14:00

14:30

15:00

15:30

Pause in der Networkingzone



Parallelprogramm

PRAXIS PUR UND UNGESCHMINKT

Moderation: Mari Lang, ORF

AUS EINZELNEN TOUCHPOINTS BEZIEHUNGEN GESTALTEN

Wie wir vertriebliche Interaktion in individuelle Journeys unserer Kunden einbetten

Christian Peter, Leiter Marketing Automation, Commerzbank AG, Frankfurt a.M.

B2B SCHWERPUNKT

Moderation: Georg Blum, 1A Relations

UNSTRUKTURIERTE B2B-DATEN

Welche Arten von unstrukturierten B2B Daten gibt es und wie lassen sich diese für Vertrieb und CRM nutzbar machen?

Tom Würfel, Director Solution Sales Germany, Dun & Bradstreet Deutschland, Darmstadt

INTEGRATION & TRANSFORMATION

Moderation: Jennifer Maier, KPMG AG

VOM GREENFIELD-PROJEKT ZUM TEMPLATE-ANSATZ

Eine CRM-Lösung im Großunternehmen vereinheitlichen und ausrollen

Sebastian Ober, Manager, Sopra Steria SE, Hamburg

Christian Behnert, Lead Architect, Sopra Steria SE, Berlin

16:00

16:30 Pause in der Networkingzone

17:00

CRM Session

17:15

Keynote

AUSTAUSCH – REFLEXION – TRANSFER

DIE MACHT DER KI | Algorithmen zwischen Vertrauen und Kontrolle

Prof. Dr. Indra Spiecker genannt **Döhhmann**, LL.M., Inhaberin des Lehrstuhls für Öffentliches Recht, Informationsrecht, Umweltrecht und Verwaltungswissenschaften, Goethe Universität, Frankfurt a.M.

KI ist in aller Munde, auch wenn längst nicht alles „neu“ oder „intelligent“ ist. Immerhin sieht sich die EU gefordert, eine weltweit erste KI-Verordnung vorzuschlagen. Der Vortrag zeigt die Risiken und Chancen auf.

18:00

Get-together



12. GERMAN CRM FORUM | Donnerstag, 31. März 2022

Vom Erlebnis zur Beziehung.



09:00 Keynote

OMNICHANNEL, DATA & CX | Marketingautomation von Big über Smart zu Thick Data
Anja Stolz, CMO R+V; Mitglied des Vorstands R+V Direktversicherung, Wiesbaden

Customer Experience ist kein Werbegag, der bei Marketingkommunikation endet. Sie muss über das gesamte Geschäftsmodell, kanalübergreifend und mithilfe von Daten verschiedener Tiefe operationalisiert werden.

Parallelprogramm

10:00

Der DDV
Die treibende Kraft der
Data Driven Economy

PRAXIS PUR UND UNGESCHMINKT

Moderation: Martin Nitsche, DDV

DIE FUNKTIONALE ORGANISATION – EIN AUSLAUFMODELL?

Wer ist verantwortlich für eine durchgängige Customer Experience?

Georg Blum, Gründer und Geschäftsführer, 1A Relations, Korb

KUND:INNEN IM FOKUS

Von der Linie zur agilen Organisation

Florian Weis, Managing Director, ADAC Customer Service GmbH, München

VON DER CUSTOMER TSCHÖRNI ZUR KUNDENWERT-SCHÖPFUNGSKETTE

Das ELK Experience Center

Thomas Scheriau, Geschäftsführer, ELK Fertighaus, Schrems

CUSTOMER CENTRICITY

Moderation: Mari Lang, ORF

MOMENTE DIE ZÄHLEN

Wie bereits kleine Veränderungen zu mehr Kundenzentriertheit verhelfen

Anne Rabak, Senior CRM Marketing Manager, Lautsprecher Teufel, Berlin

AUS ALT MACHT NEU

Ziele & Herausforderungen bei der Integration unterschiedlicher Systeme

Andreas Ament, Leiter IT & **Christian Tschaut**, Bereichsleiter Innendienst Mitglieder- und Qualitätsmanagement, SHK, Bruchsal

EIN BLICK HINTER DIE FASSADE

CRM-Einführung bei FunderMax

Christopher Lessiak, Head of Digital Customer Experience, FunderMax, St. Veit an der Glan

CRM CHALLENGE

Moderation: Jennifer Maier, KPMG AG

CRM-LÖSUNGEN LIVE

Mit ADITO, Step Ahead und Palturai

10:30

11:00

Pause in der Networkingzone

11:30

INTEGRATION & TRANSFORMATION

MEHRWERT AUTOMATISIERUNG?

Echter Nutzen durch Veredelung mit Marketingautomation!

Thomas Balduff, Lead Marketing Automation, Adobe, München



Parallelprogramm

PRAXIS PUR UND UNGESCHMINKT

Moderation: Martin Nitsche, DDV

DIGITALISIERUNG IM VERTRIEB

Verhandlungskompetenz in Zeiten der Digitalisierung

Markus Härlin, Leiter Strategisches Kundenmanagement, Hays AG, Frankfurt a.M.



INTEGRATION & TRANSFORMATION

Moderation: Jennifer Maier, KPMG AG

EXPERIENCE ÜBER ALLES?

Punktesystem war gestern, nur wer das ganze Marken-Ökosystem ins Loyalty Marketing einbezieht, gewinnt
Alexandra Sliwinski, Consulting Director, Comarch, Berlin

12:00

12:30

Mittagessen in der Networkingzone

13:30

CRM Session

AUSTAUSCH – REFLEXION – TRANSFER

13:45

Keynote

ES KOMMT AUFS GANZE AN!

Kundenzentrierung als Treiber erfolgreicher Kundenbeziehungen

Prof. Dr. Dominik Georgi, Leiter Competence Center Marketing Management, Instituts für Kommunikation und Marketing, Hochschule Luzern

Durch eine Bestimmung der Kundenzentrierung ihrer Organisation können Unternehmen diese zielgerichtet weiterentwickeln. Dominik spricht darüber, an welchen Stellschrauben man drehen kann, damit Kundenzentrierung erreicht werden kann.

14:15

Abschlussimpuls

7 ERLEBNISSE FÜR WERTVOLLE KUNDENBEZIEHUNGEN

Martin Nitsche, Geschäftsführer, Solveta, Pinneberg; Präsident, Deutscher Dialogmarketing Verband (DDV), Frankfurt a.M.

Martin zeigt anschaulich auf, wie man mit etwas Kreativität, einfachen Mitteln und relativ wenigen Daten Kund:innen begeistern kann.

14:30

Ende des 12. German CRM Forum

Außerdem:

ALLE TEILNEHMER:INNEN haben während dem German CRM Forum die Möglichkeit, sich virtuell per 1:1-Meetings, Chats und Videocalls auszutauschen.

Vortragende



Andrea Ahlemeyer-Stubbe ist mit 30 Jahren Erfahrung eine anerkannte Branchenexpertin. Sie leitet den Bereich Data Analytics bei der CRM- und Dialogmarketing-Agentur servicepro und entwickelt mit ihrem Team innovative datengetriebene Lösungen in den Bereichen Big Data, Marketing-Automation, Customer-Centricity, Predictive Modeling und KI für B2C und B2B Beziehungsmanagement. www.servicepro.de



Andreas Ament hat 2002 Ausbildung zum Informatikkaufmann bei SHK absolviert. 2020 leitete er das Projekt „Einführung ganzheitliche Systemlandschaft“ und ist als Leiter der IT verantwortlich für Abteilungsbudget, Strategie, Deckungsbeitrag, Zielerreichung, quartalsweises Reporting, Strategische Terminvorplanung, Weiterentwicklung der Mitarbeiter und die IT-Sicherheit. www.shknet.de



Fitim Arifi ist seit 2018 Bereichsleiter Omnichannel & Digital Sales bei Sanitas. Seine Verantwortung liegt in den Bereichen Online Vertrieb, Vertriebssteuerung, Vertriebsentwicklung, CRM mit Fokus Customer Experience, Digital Analytics & Performance Management, Entschädigungen & Incentives. Davor war er in unterschiedlichen Funktionen bei Sanitas, Lidl und Credit Suisse. www.sanitas.com/de/privatkunden.html



Thomas Balduff arbeitet seit über 30 Jahren in der Softwareindustrie und Digital Marketing Welt. Er startete seine Karriere u.a. bei Oracle und Cognos. Inzwischen ist er als Spezialist für Augmented Reality und Social Login im deutschsprachigen und osteuropäischen Raum bekannt. Seit 2015 verstärkt er Adobe in Central Europe und ist aktuell der Sales GTM Lead Customer Journey Management. www.adobe.com



Christian Behnert ist Lead Architect bei Sopra Steria und bringt die CRM-Vision des Kunden mit den Salesforce-Technologien in Einklang. Zuvor unterstützte er Unternehmen in der Umsetzung von CRM-Projekten. Mit seiner 10-jährigen Erfahrung aus der Individual-Softwareentwicklung und aus diversen CRM-Entwicklungsprojekten holt er immer die bestmögliche Lösung für den Kunden heraus. www.soprasteria.de



Thomas Binder-Kriegelstein sieht Marketing als gesamtheitlichen Ansatz, um die Unternehmensleistung attraktiv zu gestalten. Spezialisiert auf B2B Marketing in der Schwerindustrie baut er auf praxisnahe Marketing-Maßnahmen, um Vertrieb und Interessenten zueinander zu bringen. Seit 2016 verantwortet er die Marketing-Agenden von RATH, einem weltweit tätigen Feuerfesthersteller. www.rath-group.com



Petra Bissbort ist Dialogmarketing-Expertin: Gestartet im speziellen Sektor Münzhandel, dazugelernt in Dialogmarketing-Agenturen, angekommen in Kooperationsmarketing auf Unternehmensseite. Hier verantwortet sie mit ihrem Team alle On- und Offline-Maßnahmen in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern aus den Bereichen Handel, gesetzliche Krankenkassen sowie Sparkassen und Banken. www.hansemerkur.de



Georg Blum ist CEO der 1A Relations GmbH. Georg und sein Team beraten mittelständische Firmen. Sein Team und er begleiten die Anwender auch bei der Einführung, übernehmen das komplette Projektmanagement. Georg war Vorsitzender des Kompetenzzentrums CRM im DDV. Er ist Hochschul-Dozent und war von 1990 bis 2002 in führenden Positionen bei Yves Rocher, WEKA Media und Breuninger. www.1a-relations.com



Mark Brauch verantwortet seit 2011 das analoge und digitale Directmarketing bei PAYBACK. Neben Print-, E-Mail- und Mobile-Marketing baut er die digitale Reichweite konsequent über CRM-Maßnahmen auf. Seit Anfang 2019 ist er auch verantwortlich für die Inhouse Agentur. Vor PAYBACK war er in verschiedenen Management-Positionen u.a. bei E.ON, der DAB bank und bei FriendScout24. www.payback.net



Dietmar Dahmen works independently as a professional speaker and consultant for change, innovation and disruptive market strategies with global clients and world wide engagements. 20 years of advertising and marketing in Hamburg, New York, Los Angels, Munich, Vienna. Today Dietmar Dietmar is on the board of advisors with various companies in Europe and the US. www.dietmardahmen.com



Prof. Dr. Dominik Georgi ist Leiter des CC Marketing Management des Instituts für Kommunikation und Marketing der Hochschule Luzern. Seine Schwerpunkte sind Kundenbeziehungen und ihre Gestaltung. Er ist Autor diverser Fachpublikationen. Prof. Georgi ist Mitgründer der Customer Metrics AG, die Unternehmen bei ihrer Weiterentwicklung im Bereich Kundenzentrierung unterstützt. www.hslu.ch/de-c



Markus Härlin ist seit 18 Jahren bei HAYS. Er hat dort das Key-Account-Management aufgebaut und das Team für strategische Verhandlungen. Aktuell ist er Head of Inhouse Consulting Sales & Negotiations bei HAYS. Als „Vertriebsmann im digitalen Anzug“ ist er Top-Experte für das Zusammenführen von Social Selling mit dem klassischen Vertrieb von Unternehmen. www.hays.de



Dr. Andreas Heusler ist Senior Manager bei der KPMG. Als Berater begleitet er digitale Transformationsprojekte in den Bereichen Marketing, Sales und Services. Mit Leidenschaft verfolgt Andreas das Ziel, alle Kundeninteraktionen durch ein persönliches & wertorientiertes Kundenverständnis zu verbessern. klardenker.kpmg.de/customer-insights-hub



Kerstin Köder ist Senior Vice President Marketing für die Region Europa, Mittelost und Afrika bei SAP. Davor leitete sie das Marketing der freenet Group – besser bekannt durch Marken wie mobilcom-debitel, Gravis, klarmobil. Sie verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in Marketing, CRM, Vertrieb, Customer Care sowie im Produkt- und Offer-Management in Handel, Telekommunikation und TV. www.sap.com



Patrick Kuglmeier glaubt fest an eine Arbeitswelt, die geprägt ist von Selbstorganisation, Zufriedenheit und Menschlichkeit und steht als Organisationsentwickler, Coach und Gründer dafür ein, dass Menschen Sinn und Erfüllung in ihrer Arbeit finden und jeder seine ganz persönlichen Stärken einbringen kann. www.adito.de



Mari Lang ist Moderatorin der meistgesehenen Sportnachrichten-Sendung im ORF, „Sport Aktuell“. Die Journalistin gestaltete 2012/2013 auf ORF1 das Reportageformat „Mein Leben“ und war davor lange beim Radio tätig. Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften. Auslandsaufenthalte und Journalisten-Stipendien. Angetrieben von ihrer unbändigen Neugier aufs Leben. www.marilang.at



Justin Lemmens ist bei LKW WALTER verantwortlich für Verkaufssteuerung und, als Mitglied im IT-Steuerkreis, aktiver Gestalter der Digitalisierung. Er war früher Key Account Manager in Benelux. Er ist nahe Maastricht (NL) aufgewachsen und wohnt mit seiner Familie in Kufstein. Laufen, Kochen, Reisen und Winter- & Sommer-Aktivitäten „am Berg“ zählen zu seinen Leidenschaften. www.walter-group.com/at/de



Christopher Lessiak ist seit Jänner 2021 Head of Digital Customer Experience bei Fundermax und in dieser Rolle für die Digitalisierung der Vertriebs- und Marketingprozesse verantwortlich, sowie für die datenbasierte Unterstützung der digitalen Vertriebs- und Marketingprozesse. Darüber hinaus ist er Mitglied in einem konzernweiten Team zum Thema Team „Digital Sales“. www.fundermax.at



Jennifer Maier ist Senior Managerin im Bereich Customer Advisory bei der KPMG. Als CRM-Expertin unterstützt sie bei der Auswahl, Planung, Einführung und Optimierung digitaler Lösungen im Bereich Customer Centricity für die Bereiche Marketing, Vertrieb und Service. Ihr Ziel ist Unternehmen zu helfen, sich erfolgreich auf dem Markt zu positionieren und Kundenbeziehungen aufzubauen. [klardenker.kpmg.de/customer-insights-hu](http://www.klardenker.kpmg.de/customer-insights-hu)



Tobias Mirwald treibt als Geschäftsführer der ADITO Software GmbH crossfunktionale Zusammenarbeit und agile Organisationsstrukturen voran. Er möchte neue Wege aufzeigen die Arbeitswelt mit digitalen Lösungen effizienter zu gestalten. Sein Ziel: alte Denkmuster aufbrechen, Platz für mehr Dynamik schaffen und mit inspirierenden Menschen gemeinsam wirklich etwas bewegen. www.adito.de



Martin Nitsche ist Gründer der Solveta GmbH und gilt als einer der führenden CRM-Experten Deutschlands. Stationen seiner Berufslaufbahn waren bei der Deutschen Bank, in der Grey und der BBDO Gruppe bevor er Leiter Marketing Privat- und Geschäftskunden in der Commerzbank wurde. Er ist Präsident des DDV Deutscher Dialogmarketing Verband sowie Autor und Herausgeber. www.solveta.com



Sebastian Ober ist Manager bei Sopra Steria und entwickelt gemeinsam mit seinen Kunden CRM-Visionen und lässt diese Wirklichkeit werden. Dabei stehen CX bei den Studierenden und Digitalisierung der Prozesse im Vordergrund. Zuvor war er als Product Manager und im Vertrieb tätig und hat mit seiner Expertise den Aufbau einer globalen CRM-Lösung im Chemie/Pharma-Bereich verantwortet. www.soprasteria.de



Hanns-Christian Palka ist seit Mai 2007 bei der Lallemand Inc. – einem global agierenden „Hidden Champion“ aus Kanada – in diversen Führungsfunktionen in Vertrieb und Verwaltung tätig. Seit Februar 2016 leitet er das globale CX-Projekt. Zuvor durchlief er verschiedene berufliche Stationen im In- und Ausland und sammelte Erfahrungen in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Finanzen. www.lallemand.com



Christian Peter prägt seit Jahren das Bankgeschäft aus seinen Positionen heraus mit. Nach Stationen im Vertrieb brachte er seine Erfahrung in das zentrale Vertriebsmanagement. In seiner jetzigen Position als Leiter Marketing Automation für Privat- und Unternehmerkunden führt er diesen Weg konsequent fort. Sein Ziel ist es, Mensch und Maschine zu Partnern zu machen. www.commerzbank.de



Anne Rabak ist seit 2018 bei Lautsprecher Teufel im Bereich CRM tätig. Als Senior CRM Marketing Managerin verantwortet sie die strategische Planung, Überwachung und Weiterentwicklung aller E-Mail-Aktivitäten und betreut weitere CRM Projekte. Ihr Fokus liegt dabei auf der Customer Experience, Automatisierung und der Ausweitung der E-Mail-Aktivitäten auf die internationalen Märkte. www.teufel.de



Leonid Rodos ist ein erfahrener Manager mit nachgewiesener Erfahrung in der Unternehmensberatung. Kompetent in den Bereichen Geschäftsprozesse, Anforderungsanalyse, Unternehmenssoftware, sowie Unternehmensarchitektur aus über 22 Jahren Erfahrung in CRM-Projekten. Aktuell unterstützt er Unternehmen bei der Prozessoptimierung im Bereich Kundenzentrierung. www.klardenker.kpmg.de/customer-insights-hub



Thomas Scheriau ist CEO der ELK Gruppe, dem führenden Fertighausanbieter in Österreich. Zuvor war der 37-Jährige als COO für die österreichischen Produktionswerke des Schweizer Baustoffkonzerns swisspor verantwortlich. www.elk.at/ueber-uns/elk-gruppe



Alexandra Sliwinski ist Expertin für Marketing Automation & Loyalty Tools und bietet wertvolles Fachwissen im Bereich Strategie Design und Customer-Journey-Planung. Sie begleitet beim globalen Softwarehouse Comarch mittelständische Unternehmen und Global Player bei der Umsetzung ihrer digitalen Strategien mit Schwerpunkt Customer Experience & Loyalty Management. www.comarch.de



Björn Sorge bezeichnet sich als „Kind der New Economy“ und kann auf unzählige digitale Projekte und Produkte zurückblicken. Die wirklich konsequente Verankerung einer kundenzentrierten Strategie und Vision in Unternehmen ist für ihn eine Herzensangelegenheit. Diese setzt er heute als Vice President Experience Design bei der digitalen Transformation von Pro7Sat.1 um. www.prosiebensat1.com



Prof. Dr. Indra Spiecker gen. Döhmman ist Inhaberin des Lehrstuhls für Öffentliches Recht, Informationsrecht, Umweltrecht und Verwaltungswissenschaften an der Goethe Universität Frankfurt a.M. und Mitglied der Akademie für Technikwissenschaften. Sie forscht zu den Folgen der Digitalisierung und berät Staat, Private und Unternehmen, wie die IT-Entwicklung rechtlich bewältigt werden kann. www.jura.uni-frankfurt.de



Anja Stolz über 20 Jahre Leadership-Erfahrung mit und verfügt über einen starken Consulting-Background. Als CMO der R+V Versicherung verantwortet sie heute u.a. die Themen Strategisches Marketing & Brand Management, Omnichannel-Management, CX und Produktmanagement. Seit Juli 2021 ist sie zusätzlich als Mitglied des Vorstands der R+V für den Ausbau des Digital Vertriebs zuständig. www.ruv.de/home



Christian Tschaut verantwortet als Bereichsleiter Innendienst Mitglieder- und Qualitätsmanagement die Zusammenarbeit zwischen Zentrale und ihren Mitgliedern der Verbundgruppe. Er ist zudem als Gastdozent an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg tätig und begleitet dort Studierende der Handwerks- und Dienstleistungsbranche. www.shknet.de



Florian Weis ist seit rund 20 Jahren täglich für den Kunden im Einsatz und hat 10+ Jahre Führungserfahrung in unterschiedlichen Branchen. Seit 2018 ist er beim ADAC verantwortlich für den Service für mehr als 21 Millionen Mitglieder und Kunden. Zuvor hat Florian u.a. für Sixt und Accenture gearbeitet. Für ihn ist Customer Experience nicht nur „nice to have“ sondern ein strategisches USP. www.adac.de



Tom Würfel ist Director Strategic Accounts bei der Bisnode D&B Deutschland GmbH und seit 2006 in unterschiedlichen leitenden Funktionen tätig. Einer der aktuellen Schwerpunkte seiner Tätigkeit ist die Realisierung von automatisierten Prozessen im Bereich Stammdatenmanagement, CRM sowie Risikomanagement und Compliance für global agierende B2B-Unternehmen. www.bisnode.de



Dr. Martin Zirkel ist Partner bei KPMG mit Fokus auf kundenzentrierte Geschäftsmodelle, Customer Lifetime Value, Digitale Transformation. Er treibt gemeinsam mit den Kunden von KPMG deren digitale Business Transformation. „Im Zeitalter des Konsumenten entscheiden nicht die Manager, wie kundenzentriert ihr Unternehmen ist, sondern die Kunden“. www.kpmg.de



TRÄGER



Die treibende Kraft der Data Driven Economy

Der Deutsche Dialogmarketing Verband DDV ist der größte nationale Zusammenschluss von Unternehmen der Dialogmarketingbranche in Europa und einer der Spitzenverbände der Kommunikationswirtschaft in Deutschland. Der Verband vertritt die Interessen der gesamten Dialogmarketingbranche, von Dienstleistern und werbungstreibenden Unternehmen gleichermaßen.

Er sieht sich als kommunikative Schnittstelle zwischen Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Verbrauchern. In seiner Lobbyingarbeit in Berlin und Brüssel macht sich der DDV dafür stark, Dialogmarketing auch zukünftig in seiner Vielfalt gestalten und einsetzen zu können.

www.ddv.de

LEADPARTNER



KPMG ist eine Organisation unabhängiger Mitgliedsfirmen mit rund 227.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in 146 Ländern und Territorien.

Auch in Deutschland gehört KPMG zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen und ist mit rund 12.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an 26 Standorten präsent. Unsere Leistungen sind in die Geschäftsbereiche Audit, Tax, Consulting und Deal Advisory gegliedert. Im Mittelpunkt von Audit steht die Prüfung von Konzern- und Jahresabschlüssen. Tax steht für die steuerberatende Tätigkeit von KPMG. Die Bereiche Consulting und Deal Advisory bündeln unser hohes fachliches Know-how zu betriebswirtschaftlichen, regulatorischen und transaktionsorientierten Themen.

Für wesentliche Branchen unserer Wirtschaft haben wir eine geschäftsbereichsübergreifende Spezialisierung vorgenommen. Hier laufen die Erfahrungen unserer Experten weltweit zusammen und tragen zusätzlich zur Beratungsqualität bei.

klardenker.kpmg.de/customer-insights-hu





PARTNER



MEDIENPARTNER



Customer Experience Design | Virtuelle Masterclass

MONTAG, 21. März 2022, 9.00 bis 13.00 Uhr; DIENSTAG, 22. März 2022, 9.00 bis 13.00 Uhr

MONTAG, 28. März 2022, 9.00 bis 13.00 Uhr; DIENSTAG, 29. März 2022, 9.00 bis 13.00 Uhr

CX MASTERCLASS

Dein Nutzen

In acht virtuellen, interaktiven Einheiten zu je 90 Minuten erfährst du alles Notwendige, um Customer Experience Design erfolgreich und nachhaltig in deinem Unternehmen zu verankern und umzusetzen. Dazu gehören Methoden, wie der Customer Journey Atlas, eine Einführung in Design Thinking und das Arbeiten mit Personas ebenso, wie jede Menge Erfahrungen aus der Praxis aus unterschiedlichen Branchen. Für einen besseren Austausch auf Augenhöhe ist die Teilnehmerzahl auf maximal 18 begrenzt.

Deine Gastgeberin

Christine Krimmel ist Co-Gründerin der CX Agentur und Lektorin für Customer Experience Management an der WU Executive Academy. Sie gilt als CX-Pionierin in Österreich. Vor ihrer selbständigen Tätigkeit als Unternehmensberaterin hat sie mehr als 15 Jahre lang Erfahrung als strategische Marketingspezialistin und Customer Experience Managerin bei A1 und der Erste Bank gesammelt.



Deine Expert:innen aus der Praxis

Sonja Renner, CX Spezialistin, AOK Baden-Württemberg, Stuttgart

Cornelia Kenndler, CX Managerin, Nespresso, Wien

Christoph Ehrenhöfer, Head of Customer Experience bei Energie Steiermark

Wibke Moldaschl, Leitung CX, TeamBank AG, Nürnberg

Andrea Khol, Senior Managerin Customer Experience und Innovation, IT-Services der Sozialversicherung (ITSV), Wien



Ch. Krimmel



Ch. Ehrenhöfer



C. Kenndler



A. Khol



W. Moldaschl



S. Renner

“I really appreciated Christine’s clear presentations and experience. I also loved the ‘real life’ case studies – especially the Nespresso example with how they implemented Personas.”

Marianne Fleurimont,
Philip Morris, Gräfelfing

„Es hat viel Spaß gemacht und ich habe viel Neues gelernt. Das Welcome-Package im Vorfeld war auch toll.“

Antje Neumann,
50Hertz Transmission, Berlin

„Vielen Dank für die sprühende CX Leidenschaft an alle Präsentierenden und das Teilen der Informationen.“

Britta Hennenberger, Tchibo, Hamburg

Inhalte

Teil 1: 21. März 2022, 9.00 bis 13.00 Uhr

CX Grundlagen

- > Die drei Customer Experience Design Prinzipien
- > Customer Experience Management – das Optimieren relevanter Kundenkernprozesse
- > Der Customer Journey Atlas
- > Einführung in Design Thinking Methoden

Gast: Sonja Renner, CX Spezialistin bei der AOK Baden-Württemberg, macht sich stark für die schrittweise Implementierung des CX-Ansatzes und gestaltet die Transformation aktiv mit.

Teil 3: 28. März 2022, 9.00 bis 13.00 Uhr

Eintauchen in die Welt der Kund:innen

- > Immersive Research – Haltung entscheidet
- > Die unterschiedlichen Formen der Kundeneinbindung: Kund:innen-Konferenzen, Explorative Tiefeninterviews, virtuelle Formate
- > Typische Herausforderungen beim Transfer in die Organisation

Gast: Christoph Ehrenhöfer, Head of Customer Experience Energie Steiermark, taucht regelmäßig gemeinsam mit seinen Kolleg:innen in die Welt der Kund:innen ein.

Teil 2: 22. März 2022, 9.00 bis 13.00 Uhr

CX Personas

- > Data-driven Personas gestalten
- > PCM (Process Communication Model): Erkenne die unterschiedlichen Motive und Bedürfnisse deiner Kund:innen
- > Sprachbilder, Wahrnehmung, Hauptmotive, bevorzugte Kommunikation und Sozialumgebung – jeder Persönlichkeitstyp braucht etwas anderes
- > Zahlreiche Praxisbeispiele

Gast: Cornelia Kenndler, CX Managerin bei Nespresso, hat es mit dem Personas-Ansatz geschafft, strategische Zielgruppen für die gesamte Organisation erlebbar zu machen.

Teil 4: 29. März 2022, 9.00 bis 13.00 Uhr

CX ein holistischer Ansatz zur Unternehmenstransformation

- > CX Reifegrad Modell
- > Adaptionsmodell – das Unternehmen von außen nach innen denken
- > Tools und Methoden für eine agile, kundenzentrierte Organisationsentwicklung
- > Unternehmenskulturellen Wandel aktiv gestalten

Gast: Andrea Khol, Senior Managerin Customer Experience und Innovation bei der itsv, prägt und gestaltet das österreichische Gesundheitswesen seit vielen Jahren aktiv mit.

Wibke Moldaschl, Leitung CX der TeamBank AG, ist der Überzeugung, dass man vom Kunden her nur denken kann, wenn man auch mit ihm spricht.

Anmeldung und Informationen

Für deine Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung: +43 1 319 09 34-10

SUCCUS GMBH | Wirtschaftsforen
Dingelbergstraße 23, 3150 Wilhelmsburg
Telefon: +43 1 319 09 34-0
info@succus.at

Sprech uns direkt an:

Barbara Schneeweiss, Projektmanagement
barbara.schneeweiss@succus.at

Katharina Zauner, Projektmanagement
katharina.zauner@succus.at

Helmut Blocher, Geschäftsführer
helmut.blocher@succus.at

VERANSTALTUNGSORT

Steigenberger Airport Hotel Frankfurt

Unterschweinstiege 16, 60549 Frankfurt am Main

Zimmerbuchung: unter dem Stichwort „SUCCUS“ zum Preis von € 159,- inkl. Frühstück
reservations@airporthotel.steigenberger.de
oder +49 69 6975 2426.
Buchbar bis 11. März 2022.

Ein Format von:



Gerne nehmen wir deine Anmeldung online entgegen:

www.german-crm-forum.de und **anmeldung@succus.at**

Teilnahmegebühr:

Teilnahme als **Anwender** am 12. German CRM Forum, 30./ 31. März 2022: € 1.136,-

Teilnahme als **Dienstleister*** am 12. German CRM Forum, 30./ 31. März 2022: € 2.260,-

Teilnahmegebühr virtuell**:

Teilnahme als **Anwender** am 12. German CRM Forum, 30./ 31. März 2022: € 680,-

Teilnahme als **Dienstleister*** am 12. German CRM Forum, 30./ 31. März 2022: € 1.130,-

CX Masterclass:

Teilnahme an der **virtuellen Masterclass CX Design**,
am 21./ 22. März & 28./ 29. März 2022: € 960,-

Inbegriffen sind der Zutritt, Unterlagen in elektronischer Form, kulinarische Pausen, gemeinsame Mittagessen und das CRM Get-together. Alle Preise exkl. 19 % MwSt

Anmeldungen unterliegen unseren AGBs: <http://www.german-crm-forum.de/agb.html>

Covid-19 – 3G

Wir können davon ausgehen, dass zum Veranstaltungszeitpunkt keine bestimmten Tests oder Impfungen vorgeschrieben sein werden. Wir bitten dich aber getestet zu kommen, falls du nicht geimpft oder genesen bist. Gegen Voranmeldung ist auch vor Ort ein Antigentest möglich.

* Unter Dienstleister verstehen wir Unternehmen, die Leistungen, etwa die Beratung oder die Herstellung und Integration von Lösungen, im thematischen Umfeld von CRM und Relationship Marketing erbringen, auch wenn sie dazu selbst Anwender sind. Anwender sind etwa Handels- und Industrieunternehmen oder Finanzdienstleister.

** Die digitale Teilnahme enthält den Zugang zum Live-Stream der Vorträge und Diskussionen aus dem Hauptraum, den Zugang zu Präsentationen und Videos sowie virtuelle Networkingmöglichkeiten.



B. Schneeweiss



K. Zauner



H. Blocher