

VORSCHAU / Anmeldung

Verkaufen über alle Kanäle

Multi-Channel-Systemen werden für die nächsten Jahre stürmische Wachstumsraten in Aussicht gestellt. Wie sie auch von kleinen Unternehmen genutzt werden können, erklärt beim nächsten Clubabend ein absoluter Fachmann und gleichzeitig Ehrenmitglied des Clubs: der ehemalige Geschäftsführer Prof. Dr. Gerrit Heinemann.



Prof. Dr. Heinemann

chen Gesamtsystem legen. Weitere Themen sind das reibungslose Channel-Hopping der Kunden und neue Nutzungsmöglichkeiten elektronischer Kundendaten für das Unternehmen selbst.

Prof. Heinemann zeigt im Rahmen des Clubabends sieben Erfolgsfaktoren für den Multi-Channel-Handel auf und ergänzt diese durch Best-Practice-Beispiele „echter“ Multi-Channel-Systeme. Der Professor an der Hochschule Niederrhein ist heute gefragter Kongressredner. So tritt er zum Beispiel auf dem deutschen online-Kongress, dem E-Commerce-Kongress sowie dem Logistik- und Handelskongress auf. Prof. Dr. Heinemanns erst in diesem Jahr erschienenen Buch „Multi-Channel-Handel“ wird im August bereits neu aufgelegt.

Der Clubabend „Multi-Channel-Systeme“ beginnt am Dienstag, 12. August, um 18.30 Uhr im neuen Clubdomizil „Arcadeon – Haus der Wissenschaft und Weiterbildung“, Lennestraße 91, 58093 Hagen. Anmeldungen werden ab sofort im Clubsekretariat angenommen.

Er prophezeit, dass es künftig für Unternehmen nicht mehr ausreichen werde, nur eine eigene Website ins Internet zu stellen. Vielmehr müsse auch ein Online-Verkauf stattfinden. Von echten Multi-Channel-Systemen könne nur dann gesprochen werden, wenn Online- und Offline-Verkauf integriert stattfinden.

➤ Vernetzung der Systeme

Im Rahmen seines Vortrages stellt Prof. Heinemann dar, was – unabhängig von der Unternehmensgröße – bei der Neuausrichtung von Multi-Channel-Systemen zu beachten ist. Dabei wird er sein besonderes Augenmerk auf die vollständige Vernetzung und Integration der beiden Absatzkanäle zu einem erfolgrei-



ANMELDE-FAX

Am Clubabend „Multi-Channel-Systeme“ am 12. August im „Arcadeon“, Lennestraße 91, in Hagen-Halden nehme ich teil.*

Absender (bitte Druckbuchstaben):

mit Gast: _____

MC Südwestfalen
Geschäftsstelle/Sekretariat
Fax 02352 540205

Sponsor Marketing-Preis Südwestfalen:



DOUGLAS HOLDING



Energie, die bewegt.



WIR DANKEN

neben den TOP-Sponsoren unseren dauerhaften Unterstützern: CPC-Werbeberatung, Domröse-Druck, Gustav Selter GmbH & Co. KG, Privatbrauerei Iserlohn.

IMPRESSUM

Herausgeber

Dialog ist eine Publikation des Marketing-Clubs Südwestfalen e. V. Geschäftsstelle und Clubsekretariat: c/o Pffiffikus-Agentur GmbH Mondhahnstraße 18 • 58762 Altena Tel. 02352 540200 • Fax 02352 540205 www.mc-suedwestfalen.de

Konzept, Layout, Text und Fotografie Pffiffikus-Agentur GmbH

Druck sponsored by Domröse-Druck GmbH Schillerstraße 2a • 58089 Hagen Tel. 02331 9198-0 • Fax 02331 9198-26

* Teilnahme an Club-Veranstaltungen:

Die Teilnehmer beteiligen sich auf eigene Gefahr an unseren Veranstaltungen. Sie tragen die alleinige zivil- und strafrechtliche Verantwortung für alle von ihnen verursachten Schäden, soweit hiermit kein Haftungsausschluss vereinbart wird. Die Teilnehmer erklären mit Anmeldung zu der Veranstaltung den Verzicht auf Ansprüche jeder Art für sämtliche Schäden, die im Zusammenhang mit der Veranstaltung entstehen, und zwar gegen den Veranstalter und die Sponsoren und andere Personen, die mit der Organisation der Veranstaltung in Verbindung stehen und die Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen aller zuvor genannten Personen und Stellen, außer jeweils für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit sowie außer für sonstige Schäden, die jeweils auf einer grob fahrlässigen und/oder vorsätzlichen schuldhaften Pflichtverletzung beruhen. Der Ausschluss gilt für Ansprüche aus jeglichem Rechtsgrund, insbesondere sowohl für Schadensersatzansprüche als auch für Ansprüche aus unerlaubter Handlung. Stillschweigende Haftungsausschlüsse bleiben von vorstehender Haftungsausschlussklausel unberührt.

DIAMOLOG

MARKETING-CLUB SÜDWESTFALEN

Mitglied im Deutschen Marketing-Verband • Berufsverband des Marketing-Managements

Ausgabe Juni 2008

www.mc-suedwestfalen.de



IM INNERN

AKTUELL
Vor Ort beim Sandfestival

BLICKPUNKT
Jubiläumsabend auf hohem Niveau

VORSCHAU
Online und offline verkaufen



Bernd M. Michael, neuer DMV-Präsident und ehemaliger Chairman der Grey Global Group, zog über 150 Zuhörer des Marketing-Clubs in den Bann.

Ideen-Feuerwerk des Marken-Gurus

Demografischer Wandel, Alterspyramide – kein Grund zur Besorgnis, sagt Bernd M. Michael. „Machen wir aus Zitrone Limonade“ riet der internationale Marken-Guru und neue DMV-Vorsitzende beim Club-Abend vor über 150 Besuchern in der SIHK. Wie Firmen ihr Marketing gezielt auf die Generation 50plus ausrichten

können, dazu hatte der ehemalige Gesellschafter und Chairman der Grey Global Group Europe, Middle East & Africa ein Feuerwerk an Ideen und Beispielen mitgebracht. Er zeigte eine Fülle an Möglichkeiten auf, die „kaufkräftigste Generation aller Zeiten“ anzusprechen.

Fortsetzung Seite 2

20 JAHRE MC

Feier in der Schauburg

Am 22. November feiert der Marketing-Club Südwestfalen sein 20-jähriges Bestehen mit einem Abend voller Leidenschaft im Goldsaal der Schauburg in Iserlohn. Im Interview verrät Vize-Präsident Willi Dennecke, auf was sich die Gäste freuen können. Seite 3



„Ich bin dabei, weil ich vom Club immer wieder positiv überrascht werde. Ich freue mich auf einen außergewöhnlichen Jubiläumsabend und finde es toll, dass dieses Ereignis würdig gefeiert wird.“

Dagmar Kimmel,
Geschäftsführerin
Wikinger Reisen GmbH

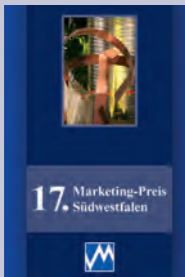
IN KÜRZE

Der Wissenspreis ist wieder ausgeschrieben! Infrage kommen für diese Auszeichnung heimische Unternehmen, Verbände oder Institutionen, die Wissensmanagement beispielhaft in ihre Marketing-Strategie einbauen.



Im vergangenen Jahr hat der Club diesen Preis, der in direkter Linie zum Deutschen Wissenschaftspreis steht, zum ersten Mal vergeben: an die Demag Cranes & Components.

Der Marketing-Preis ist ebenfalls ausgeschrieben. Er wird im Januar 2009 vom MC Südwestfalen bereits zum 17. Mal vergeben.



Ausgezeichnet wird mit dem Marketing-Preis Südwestfalen ein Unternehmen, das vorbildliches Marketing mit Alleinstellungsmerkmalen betreibt. Vorschläge für den Preisträger werden bis 15. August entgegengenommen.

Das Seminarprogramm des Marketing-Weiterbildungsinstitutes für das 2. Halbjahr ist erschienen.



Darin werden Angebote zu den Themenfeldern Marketing-Management, Kundenorientierung, Marke, Kommunikation & Persönlichkeit sowie Vertrieb & Verkauf offeriert.

Beide Ausschreibungen sowie das Seminarprogramm sind im Clubsekretariat erhältlich.



Marketing der etwas anderen Art für die Marke „Sand“: Die meterhohen Skulpturen zogen die Blicke der MC-Mitglieder und Gäste auf sich.

Marketing auf Sand

Sommer, Sonne und jede Menge Sand gab es bei der ersten Gemeinschaftsveranstaltung der Marketing-Clubs Südwestfalen, Dortmund, Essen und Bochum: beim Sandfestival Ruhr.

Mit über 60 Teilnehmern war der MC Südwestfalen am stärksten vertreten. Auf dem Sandplatz direkt am Kemnader See genossen alle das zwanglose Zusammensein inmitten der au-

ßergewöhnlichen Skulpturen. Die waren unter den Händen von mehr als zwanzig internationalen Profi-Carvern entstanden. Aus 2500 Tonnen feinstem Gelb bastelten sie innerhalb von zehn Tagen zehn architektonische Wunderwerke. Wie die Kunstwerke auch bei Wind und Wetter ihre Form behalten und wie Sand als Marke vermarktet werden kann, das erfuhren die Gäste beim Sandfestival aus erster Hand direkt von den Profis.

50plus will Qualität

(Fortsetzung von Seite 1) Der Schlüssel zur Kaufbereitschaft der Generation 50plus sei grundsätzlich die Befriedigung von Bedürfnissen, so Bernd M. Michael. Dazu gehöre zum Beispiel das Erfüllen von Wünschen und das Verlangen nach Luxus und Selbstverwirklichung - bei der Arbeit, in der Freizeit, in Sachen Lifestyle und Klamotten.

„Diese Gruppe will sich als Mitte der Gesellschaft erleben“, so Bernd M.

Michael. Dafür verfüge die Gruppe 50plus, die heutige Erbgeneration, in Deutschland über 4,6 Billionen Euro (Stand 2007). Um an dieses Geld zu kommen, sei nicht der Preis eines Produktes oder einer Dienstleistung entscheidend, sondern Qualität und Beratung. Nur so sei auch die Renaissance von Luxusmarken wie Burberry zu erklären, so Bernd Michael, der seine Ausführungen mit vielen Werbespots unterlegte.

Im Blickpunkt: Gala-Abend voller Leidenschaft



Willi Denecke

Vize-Präsident und Programm-Verantwortlicher

„20 Jahre Marketing mit Leidenschaft“ - das muss gefeiert werden. Darum lädt der MC am Samstag, 22. November, zur großen Jubiläums-Gala in den neuen Goldsaal der Schauburg Iserlohn. Die Vorbereitungen laufen auf Hochtouren, und Programmchef Willi Denecke offenbart einen Blick hinter die Planungskulissen:



Schon der Blick in den Goldsaal verheißt einen außergewöhnlichen Abend.

Herr Denecke, geben Sie uns schon einen Vorgeschmack auf das, was die Besucher der Jubiläumsfeier erleben werden!

Willi Denecke: Die Gäste erwartet eine hochkarätige Jubiläumsfeier, viel Leidenschaft und ein tolles Programm mit Überraschungen. Dazu gehören Künstler, die für außergewöhnliche Unterhaltung auf hohem Niveau stehen. Ein köstliches Buffet

wird den Gaumen verzaubern und die Showband nicht nur den musikalischen Rahmen bieten, sondern die Tanzleidenschaft in uns wecken. Das hört sich nach einer Gala an. Verraten Sie schon Details?

Willi Denecke: Überraschungen müssen bleiben. Aber zumindest kann ich schon sagen, dass wir uns auf die Würdigung „20 Jahre MC Südwestfalen“ und die Vergabe des Wissenspreises durch unseren Festredner Dr. Jörn Kreke freuen.

Eine Gala verspricht eine ganz besondere Atmosphäre. Was gab den Ausschlag für die Ortswahl?

Willi Denecke: Wir haben intensiv gesucht und nun eine Location gefunden, die einer Gala wahrlich gerecht wird: die Schauburg Iserlohn. Das ist eine mit viel Liebe zum Detail restaurierte Villa aus dem Jahr 1899. Der besondere Charme dieser Räumlichkeiten und das edle Ambiente sind ein Garant für gehobene Wohlfühl-Atmosphäre.

Ein besonderer Reiz dieser Location ist es, dass der Besitzer die Familie Edelhoff ist, die Mitglied im Marketing-Club und 2006 unser südwestfälischer Marketing-Preisträger war.

20 Jahre Karten für die Jubiläums-Gala gibt es im Club-Sekretariat. Der Eintritt beträgt 85,- Euro pro Person. Achtung: Die Plätze im Goldsaal sind begrenzt.

SPONSOR DES ABENDS

HACO erleichtert den Büro-Einkauf

Gesponsort wird der August-Clubabend im „Arcadeon“ in Hagen von der HACO GmbH, der „Hagener Cooperation für moderne Beschaffung“. Dahinter verbirgt sich ein Unternehmensverbund, der sich auf die Beschaffung und das Management von Gebrauchsartikeln für Produktion und Büro (sogenannte C-Teile) spezialisiert hat. Dabei ist das Kerngeschäft die ganzheitliche Be-

trachtung der Beschaffungskette: HACO ermittelt in Unternehmen den Bedarf von zum Beispiel Büromaterialien und Magazinware, beschafft, liefert und fakturiert diese. Dabei haben HACO-Kunden die Möglichkeit, eine ganze Bandbreite an Serviceleistungen zu nutzen. Das Spektrum reicht von der einfachen Zentrallieferung bis hin zur kompletten Logistik, zur Implementierung von elektro-

nischen Bestellplattformen oder auch der Anbindung an bereits bestehende Systeme.

Alle HACO-Leistungen sind individuell auf die Unternehmen der Kunden und auf langfristige, partnerschaftliche Zusammenarbeit ausgerichtet.



Unsere „Zu Gast bei...“-Sponsoren im Jubiläumsjahr:

