

CRM – und dann?

Wie intelligentes Vertriebsmarketing
CRM noch wirksamer macht.

Dipl.-Kaufmann Werner Ruthmann



Vortragsinhalte

In den letzten Jahren sind in vielen vor allem größeren Unternehmen CRM-Programme eingeführt worden. Inzwischen werden auch Mittelständler von SAP und anderen Softwareherstellern stark umworben.

Doch wie kann CRM optimal genutzt werden? Anders als andere Softwaretools speist sich CRM nicht nur aus internen Daten, sondern benötigt in hohem Maße Informationen aus dem Markt und aus der Vertriebsmannschaft. Einmal gewonnene Daten veralten sehr schnell und müssen daher permanent aktualisiert werden.

Der Vortrag zeigt, wie man mit intelligentem Vertriebsmarketing die CRM-Daten automatisch und regelmäßig aktualisieren und Kriterien für die richtigen Daten entwickeln kann. Denn nur so kann ein optimales Vertriebsergebnis erzielt werden.

Ihr Nutzen

- Optimierung von vorhandenen CRM-Systemen vor allem im 3-stufigen Vertrieb
- Reduzierung der Kommunikations- und Datengewinnungskosten
- Entwicklung von Neukundenpotenzialen

Zielgruppe

Geschäftsführer, Vorstand, Marketing- und Vertriebsverantwortliche

Expertise

Werner Ruthmann hat nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre an den Universitäten Köln und Münster einige Führungspositionen bei namhaften Unternehmen bekleidet. Werner Ruthmann weiß, worauf es ankommt. Er kennt Marketing und Vertrieb und die dazugehörigen Anforderungen aus den unterschiedlichen Märkten und Perspektiven.

Im Jahr 2003 übernahm er die Agentur BMS, die heute Marktführer bei B2B-Customer-Loyalty-Programmen ist.

Referenzen

Canon	Philips
DuPont	Siemens
Johnson Wax	Toyota
Nikon	Viessmann etc.

Werner Ruthmann
Geschäftsführender Gesellschafter

BMS[®] Marketing Solutions
GmbH & Co. KG
Agentur für Vertriebsmarketing

Prinz-Friedrich-Straße 28e, 45257 Essen
fon 02 01 · 89 45 80

ruthmann@bms-marketing.com,
www.bms-marketing.com