

DAS RELATIONSHIP MAGAZIN



Denis Diderot + der scharlachrote Mantel der Verführung
Ein Philosoph des 18. Jahrhunderts erklärt Cross-Selling ganz einfach

Das 1. MarTech Strategie Camp
Die Highlights

← Heute Fokus

Vorsicht vor CRM-Trends

Fokus-Thema: Customer Experience CX
2 ganz frische Reports

25 Lese- und Hörtipps für Sie

**Fokus-Thema: Strategie -
unser CXO-Special**

36
Seiten voll
Stoff



INHALT

03

INTRO, IMPRESSUM

04

DER REIFEGRAD - CHECK

05-07

Denis Diderot und der scharlachrote Mantel der Verführung

08-12

Rückblick Barcamp 14.11.2024: Die Highlights

13-15

Vorsicht vor CRM-Trends - das ist sonst wie Schrotflinten-schießen

16-19

Fokus-Thema:
Customer Experience CX

- KPMG CX-Monitor
- CX-Monitor von Hafner/Henn

20-25

20 Lese-Tipps und weitere
5 Hör-Tipps

- Top Ten Artikel CRM-Tech.World
- Meinert Jacobsens KI-Podcast-Tipps
- Top Ten Artikel LinkedIn

26-34

Fokus-Thema:
Strategie - unser CXO-Special

- "Kurs setzen" auf Effizienz, Sicherheit und Profitabilität
- Soll man sich von unrentablen Kunden trennen? Ja, nur wie.
- Wie sieht die perfekte IT-Landscape aus?

35

Kontakt und Was wir sonst noch so alles - für Sie - machen können.

Rückblick MarTech Strategie Camp am 14.11.2024



Rückblick MarTech Strategie Camp am 14.11.2024



MarTech Strategie Camp 2024 - Erfolgreicher Start einer Event-Serie

Das erste MarTech Strategie Camp war ein voller Erfolg! Mit einer **Teilnehmerbewertung von 9,2 von 10 Punkten** und einer **Wiederbesuchsplan von fast 95%** zeigt sich, dass die Kombination aus inspirierenden Keynotes, praxisnahen Diskussionen und wertvollen Networking-Möglichkeiten genau den Nerv der Teilnehmer getroffen hat.

Zum Start gab es 2 herausragende Keynotes:

1. Erfolgreiche Führung im 21. Jhdt.

Marcus Raitner sprach über: Führung muss sich in einer immer komplexer werdenden Welt weiterentwickeln. Statt Kontrolle und starrer Hierarchien braucht es selbstorganisierte Teams, gestärkt durch psychologische Sicherheit, Vielfalt und eine Balance zwischen Innovation und Effizienz. Darüber hinaus ist kontinuierliches Lernen entscheidend.

Weiter auf [→ Seite 8](#)

2. MarTech als strategisches Instrument

Frans Riemersma sprach über:

Technologie allein ist kein Erfolgsfaktor – erst durch eine durchdachte Strategie, optimierte Prozesse und gezieltes Training entfaltet sie ihr volles Potenzial. Unternehmen müssen sich darauf konzentrieren, wie Technologie den Geschäftserfolg nachhaltig unterstützt, anstatt nur in neue Tools zu investieren.

mehr im Fokus Artikel auf [→ Seite 9](#)

Die weiteren, praxisnahe Sessions mit wertvollen Insights waren:

1. Erfolgreiches Projektmanagement:

Wie Agilität und klare Strukturen Projekte zum Erfolg führen.

2. Effektive Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb:

Wie eine enge Verzahnung dieser Abteilungen das Kundenerlebnis verbessert.

Hier geht es zur Website:



Rückblick MarTech Strategie Camp am 14.11.2024



JanTheofel

Georg Blum

3.Erfolgreiche Softwareauswahl:

Welche Kriterien wirklich zählen und wie Unternehmen die beste Lösung für ihre Anforderungen finden? Auf was ist zu achten?

4.Praxisbeispiel „Architektur und Roadmap für ein CX-System“:

Ein großes Unternehmen präsentierte seine Strategie zur Implementierung eines umfassenden Customer Experience Systems - von der ersten Idee bis zur erfolgreichen Umsetzung.

5.Die Einführung von MarTech ist Leadership Management.

Die Einführung einer Software bedeutet immer eine Veränderung der Rahmenbedingungen, Ziele, Strukturen, Prozesse und der Zusammenarbeit. Eine sicherlich herausfordernde, aber notwendige Führungsaufgabe, diesen Prozess zu begleiten und zu moderieren.

Das begeisterte Feedback der Teilnehmer zeigt:

Das MarTech Strategie Camp trifft einen akuten Bedarf und setzt neue Impulse für den erfolgreichen Einsatz von Marketing-Technologien.

Gesamt-Teilnehmer-Note zum Start: 9,2/10!

Mit spannenden Vorträgen, intensiven Diskussionen und wertvollen Insights war die erste Ausgabe ein voller Erfolg - Jan und Georg haben die Planung für die nächste Veranstaltung schon angestoßen!

Wir freuen uns auf die nächste Veranstaltung - seien Sie dabei!

**Weitere Infos und
lasse Dich informieren,
wenn es losgeht:**



Rückblick MarTech Strategie Camp am 14.11.2024



Hier sind die sieben Highlights aus dem Vortrag von Frans Riemersma:

1. Bedeutung von Strategie und Prozessen vor der Technologie

Frans Riemersma betont, dass eine klare Strategie und abgestimmte Prozesse und Organisation im Mittelpunkt stehen sollten, bevor Technologieentscheidungen getroffen werden.

2. Unterschied zwischen Enterprise und Customer Technology

Unternehmens- und Kundentechnologie unterscheiden sich grundlegend. Während Unternehmenssoftware interne Prozesse steuert, ist Kundentechnologie dynamisch und passt sich dem Kundenverhalten an.

3. Einfluss von Generativer KI und IoT

Generative KI wird zunehmend eingesetzt, vor allem für die Erstellung von Inhalten, bietet aber noch Potenzial in der Datenverarbeitung. IoT verändert Geschäftsmodelle, wie das Beispiel von John Deere zeigt.

4. Modularität und Flexibilität durch "Composability"

Riemersma beschreibt "Composability" als einen Ansatz, Tools und Funktionen wie Legosteine zu kombinieren, um dynamische und maßgeschneiderte Kundenerlebnisse zu schaffen.

5. „Best-of-Breed“ vs. „All-in-One“-Ansatz

Eine perfekte Komplettlösung gibt es nicht. Ein „Best-of-Breed“-Ansatz ist effektiver als der Fokus auf All-in-One-Lösungen.

6. Training und Nutzerakzeptanz

Ein Software-Tool allein reicht nicht aus; der Erfolg hängt von der richtigen Schulung und der Akzeptanz der Nutzer ab.

7. Pragmatische Erhebungen und Bedarfsermittlung

Umfragen zur Bedarfsanalyse sollten pragmatisch sein und die Realität der Nutzer widerspiegeln. Es ist wichtig, die tatsächlichen Bedürfnisse und Herausforderungen zu verstehen.

In einem Satz: Technologie ist ein Werkzeug, das effektive Strategien, Prozesse und Schulungen erfordert, um seinen vollen Nutzen zu entfalten.

Hier geht es zur Website :



Rückblick MarTech Strategie Camp am 14.11.2024



Hier sind die 7 Highlights aus dem Vortrag von Dr. Marcus Raitner:

1. Führung im 21. Jahrhundert ("Vom Schachmeister zum Gärtner")

Führung sollte sich an der aktuellen Komplexität und Dynamik orientieren. Statt zu kontrollieren und zentral zu entscheiden, sollten Führungskräfte Teams befähigen, Verantwortung zu übernehmen und selbstorganisiert zu arbeiten.

2. Unterschied zwischen komplizierten und komplexen Systemen

Komplexe Märkte erzeugen unvorhersehbare Ergebnisse, mit denen durch Versuch und Irrtum umgegangen werden sollte. Agilität ist eine Grundhaltung, die durch kontinuierliches Lernen und Feedback geprägt ist.

3. Psychologische Sicherheit als Basis für erfolgreiche Teams

Mitarbeiter müssen sich sicher fühlen, Risiken einzugehen und ihre Meinung zu äußern, um Innovation und Zusammenarbeit zu fördern.

4. Potenzialentwicklung und Vielfalt

Organisationen sollten nicht nur auf Produktivität setzen, sondern auch auf die Entfaltung der individuellen Fähigkeiten und der Kreativität ihrer Mitarbeitenden.

5. kultureller und systemischer Wandel notwendig

Um agile Strukturen erfolgreich einzuführen, müssen Unternehmen ihre Kultur und ihre Systeme anpassen. Bürokratie und starre Hierarchien behindern Veränderungen.

6. Balance von Innovation und Effizienz

Unternehmen müssen sowohl bestehende Prozesse optimieren als auch Innovationen vorantreiben. Das eine zu tun, ohne das andere zu lassen.

7. Langfristigkeit und Training bei Veränderungen

Veränderung braucht Zeit und kontinuierliches Training.

In einem Satz: Erfolgreiche Führung im 21. Jahrhundert erfordert einen kulturellen und systemischen Wandel hin zu selbstorganisierten Teams, psychologischer Sicherheit, Diversität, einer Balance zwischen Innovation und Effizienz sowie kontinuierlichem Lernen und Training.

Hier geht es zur Website :



WAS WIR SONST NOCH SO MACHEN



KONTAKT:



+49 38425 429 099



info@1a-relations.com



www.CRM-TECH.WORLD

www.1A-Relations.com

Jetzt Termin kostenlos 30-Minuten Beratungstermin vereinbaren:



HIER NOCH EIN BLICK AUF UNSERE REFERENZEN

Ausgewählte Referenzen (nach Branchen)

Dienstleister	Industrie	Handel/ eCommerce	Verlage/Medien
<ul style="list-style-type: none"> • 1&1 Internet • 11880 • CURRENTA • eBay • Deutsche Post • FC Union Berlin • Glöckle Direkt • HDI Gerling • HUK Coburg • Kabel BW • Landesmesse Stuttgart • Loyalty Partner/Payback • Motel One • Pawlik Consultants • Schwenninger BKK • Studienkreis • SüdWestMetall • VfB Stuttgart 	<ul style="list-style-type: none"> • 3M • Baader Planetarien • Baden Baden Cosmetics • Berentzen Gruppe • Bernhard Schulte Group • Ensinger Kunststoffe • Festo • Festool Elektrowerkzeuge • Gropper Molkerei • Kone Aufzüge • Knorr Bremse • MEA-Baustoffe • Motorenwerke Hatz • Rothenberger Werkzeuge • Securitron • WIKA 	<ul style="list-style-type: none"> • Apollo Optik • Blässinger • Gehe Phamahandel • Gustav Baehr • Hugo Boss Retail • MDM Münzhandel • Mister Spex • Otto Multi-Channel Retail • RAJAPACK • Staples • Thalia Holding • Udo Bär • Viking + Office Depot • Walser Automotive • WMF • Wöhrl Modehaus • ZG Raiffeisen 	<ul style="list-style-type: none"> • Augsburg Allgemeine • Bauer Media Group • Behr's • ePA-cc • Eugen Ulmer • Gruner&Jahr • Hans Soldan • Haufe Lexware • Klett Gruppe • Landwirt Agrar Medien • Oldenbourg Verlag • Öko-Test • Schlütersche Mediengrp. • Verlag f. d. dt. Wirtschaft • Verlagsgruppe Oettinger • WEKA Media • Werkzeugforum.de

In Summe über 250 Projekte bei über 100 Kunden, davon ca. 50 % B2B/B2B2C bzw. ca. 50 % B2C

36

Seiten voll
Stoff



DIESES MAGAZIN IST EIN SERVICE DES
FACHPORTALS CRM-TECH.WORLD

AUSGABE 02/2025