



CROSS-CHANNEL-MANAGEMENT ZWISCHEN THEORIE UND PRAXIS

Montag, 08. Oktober 2012 und Dienstag, 09. Oktober 2012

Institut für Handelsforschung GmbH, Dürener Straße 401b, 50858 Köln

Vertriebskanäle existieren aus Kundensicht nicht nebeneinander, sondern werden während der Kaufentscheidung beliebig kombiniert.

Die Zielsetzung des Workshops „Cross-Channel-Management zwischen Theorie und Praxis“ ist es, Ihnen anhand aktueller Studienergebnisse Trends, Wechselwirkungen und Handlungsempfehlungen praxisrelevant aufzuzeigen und zu diskutieren unter besonderer Berücksichtigung für das Franchising. Zusätzlich zeigen erfahrene Referenten aus der Praxis auf, wie erfolgreiches Multi-Channel- bzw. Cross-Channel-Management schon heute aussehen kann.

SEMINARINHALTE

TAG 1: MONTAG, 08. OKTOBER 2012

Begrüßung und Vorstellungsrunde

Dr. Kai Hudetz, IFH Köln

Status quo im deutschen E-Commerce – Die Ausgangssituation

- Überblick über die Bedeutung des E-Commerce heute und in Zukunft
- Bedeutung Multi-Channel-Management

Aline Eckstein, IFH Köln

Das Multi-Channel-Verhalten der Konsumenten 2012 – Zahlen und Fakten

- Wechselwirkungen zwischen den Kanälen und wie Sie davon profitieren können
- Beeinflussung der Umsatzanteile eines Kanals durch einen anderen Kanal

Aline Eckstein, IFH Köln und Clemens Bachman, PwC

Multi-Channel als Herausforderung für Franchise-Systeme

- Herausforderungen des geänderten Konsumentenverhaltens und grundsätzliche Erwartungshaltungen der Kunden an einen Online-Shop, an die stationäre Filiale, an den Print-Katalog und im mobilen Bereich
- Notwendige Impulse, um Kunden von der Informationssuche in einem Kanal zum Besuch in einem anderen Kanal zu bewegen

Aline Eckstein, IFH Köln und Clemens Bachmann, PwC

Best Practice – Multi-Channel-Marketing bei TeeGschwendner

- Genese der Rahmenbedingungen zur Multi-Channel-Umsetzung im demokratischen Franchiseverbund TeeGschwendner
- Tradition und Moderne: harmonisierende multiple Kanäle des Teekaufs
- Kannibalisierung oder gegenseitige Befruchtung? Gefühl versus gestützt

Birgit Rohn, TeeGschwendner GmbH

Apps, Clouds und Webshops – rechtliche Auswirkungen auf Franchise-Systeme

- Rechte und Pflichten, die ein Franchise-System verankern kann
- Kontrolle der digitalen Mediennutzung in Franchise-Systemen
- Verteilung der Margen und Märkte

RA Marco Hero, Tigges Rechtsanwälte

Abschlussdiskussion und Zusammenfassung der bisherigen Ergebnisse

Aline Eckstein, IFH Köln und Clemens Bachmann, PwC

TAG 2: DIENSTAG, 09. OKTOBER 2012

Smartphones – Das Bindeglied zwischen den Kanälen

- Rolle der Smartphones als Bindeglied zwischen dem On- und Offline-Handel und ihr Beitrag zum Cross-Channel-Handel
- Veränderungen des Konsumentenverhaltens

Aline Eckstein, IFH Köln

Pricing und Incentivierung – Herausforderungen im Multi-Channel-Handel

- Vor- und Nachteile der Preisdifferenzierung zwischen den unterschiedlichen Kanälen und Zusammenhang der Machbarkeit von Preisunterschieden
- Honorierungsmodelle der Mitarbeiter sowohl für das Gesamtsystem als auch für die einzelnen Kanäle und unterschiedlichen Modelle in der Praxis

Clemens Bachmann, PwC

Interaktives Arbeiten

- Diskussion: Wie kann das Thema Pricing umgesetzt werden
- Möglichkeiten der Incentivierung des Multi-Channel-Management bei Franchise-Systemen

Aline Eckstein, IFH Köln und Clemens Bachmann, PwC

Multi-Channel-Monitoring – Welches sind die richtigen Messgrößen?

- Wesentliche Erfolgskennzahlen sowie die Stärken und Schwächen der eingesetzten Messsysteme
- Messung der Online-Performance mit stationärem Kundenverhalten: Warum und wie?

Clemens Bachmann, PwC

Abschlussdiskussion und Zusammenfassung der Ergebnisse

Dr. Kai Hudetz, IFH Köln und Clemens Bachmann, PwC

ÜBERSICHT

TAG 1: MONTAG, 08. OKTOBER 2012

Zeit	Titel	Referenten
10.00-10.45 Uhr	Begrüßung und Vorstellungsrunde	PwC & IFH Köln
10.45-11.15 Uhr	Status quo im deutschen E-Commerce – Die Ausgangssituation	IFH Köln
11.15-11.45 Uhr	Pause mit Snacks	
11.45-12.30 Uhr	Das Multi-Channel-Verhalten der Konsumenten 2012 – Zahlen und Fakten	PwC & IFH Köln
12.30-13.15 Uhr	Multi-Channel als Herausforderung für Franchise-Systeme	
13.15-14.30 Uhr	Mittagspause	
14.30-15.30 Uhr	BEST-Practice	Birgit Rohn, TeeGschwendner
15.30-16.15 Uhr	Rechtliche Rahmenbedingungen im Multi-Channel-Marketing	RA Marco Hero Tigges Rechtsanwälte
16.15-16.45 Uhr	Kaffeepause mit Kuchen	
16.45-17.00 Uhr	Abschlussdiskussion und Zusammenfassung der bisherigen Ergebnisse	PwC & IFH Köln

TAG 2: DIENSTAG, 09. OKTOBER 2012

Zeit	Titel	Referenten
09.00-10.00 Uhr	Smartphones – Das Bindeglied zwischen den Kanälen	IFH Köln
10.00-10.30 Uhr	Pricing und Incentivierung – Herausforderungen im Multi-Channel-Handel	PwC & IFH Köln
10.30-11.00 Uhr	Pause mit Snacks	
11.00-12.30 Uhr	Gruppenarbeit und Diskussion der Ergebnisse	PwC & IFH Köln
12.30-13.30 Uhr	Mittagspause	
13.30-14.30 Uhr	Multi-Channel-Monitoring – Welches sind die richtigen Messgrößen?	PwC
14.30-15.00 Uhr	Abschlussdiskussion und Zusammenfassung der Ergebnisse	PwC & IFH Köln

REFERENTEN

CLEMENS BACHMANN, PwC



Clemens Bachmann ist seit 2008 im Bereich Advisory Transactions. Er ist Senior Manager in der deutschen Strategy Group und seit 1. Juli 2012 Principal der PwC Management Consulting. Herr Bachmann ist Dr.oec. und lic.oec. der Universität St. Gallen, Schweiz, und hat sich im Zuge seines Studiums auf die Fachbereiche Handel und Marketing konzentriert. Clemens Bachmann verfügt über 17 Jahre Management- und Projekterfahrung und ist auf die Branchen Handel und Konsumgüter spezialisiert. Sein Spezialgebiet sind Fragen des e-Commerce, des Multi-Channel Retailing sowie der „Digital Transformation“. Vor seinem Einstieg bei PwC arbeitete Bachmann für Kurt Salmon Associates in Düsseldorf und verbrachte über 5 Jahre innerhalb der METRO-Gruppe. Er hat an der Universität St. Gallen in der Schweiz mit der Vertiefung Handel, Marketing und Distribution studiert.

DR. KAI HUDETZ, IFH KÖLN



Dr. Kai Hudetz ist seit August 2009 Geschäftsführer der IfH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln und des dort angesiedelten E-Commerce-Center Handel, das er seit seiner Gründung im Oktober 1999 bis September 2011 leitete. Seit 1996 realisiert er im IfH Forschungs- und Beratungsprojekte in unterschiedlichsten Handelsbranchen. Im Jahr 2003 wurde Dr. Hudetz in den Beirat des BMWi-Förderprojekts PROZEUS (Prozesse und Standards), im Mai 2007 in den Beirat des Projekts „e-Business Market Watch – The Retail Industry“ der Europäischen Union berufen. Er war Mitglied des vom BMWi initiierten Ausschusses für Definitionen zu Handel und Distribution, dessen Arbeit Anfang 2006 in die 5. Ausgabe des Katalog E mündete. Dr. Hudetz ist Gastdozent an verschiedenen Hochschulen, insbesondere der Europäischen Fachhochschule Brühl, der Universität St. Gallen und der Berufsakademie Heidenheim.

ALINE ECKSTEIN, IFH KÖLN



Dipl.-Kffr. Aline Eckstein ist seit April 2012 Bereichsleiterin an der IfH Institut für Handelsforschung GmbH und dem dort angesiedelten E-Commerce-Center Handel (ECC Handel). Sie verantwortet u. a. die Bereich Social- und Mobile-Business. Als Projektmanagerin koordiniert

Sie seit dem Jahr 2008 zudem Projekte aus den Bereichen Multi-Channel-Management, Zielgruppen- und Konsumentenverhalten. Als Produktmanagerin eines pharmazeutischen Unternehmens sammelte sie praktische Erfahrungen in den Bereichen Shop-Gestaltung, Seitenoptimierung und Suchmaschinenmarketing.

BIRGIT ROHN, TEEGSCHWENDNER



Geb. 10.08.1966 in Mülheim an der Ruhr. Nach Abitur und Studium (Chinesisch, Koreanisch, VWL) an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität zu Bonn führte der Weg über eine kurze Tätigkeit im Krupp-Hoesch Konzern schon 1995 in die Meckenheimer TeeGschwendner GmbH. Seit 2007 als Bereichsleiterin Marketing u.a. verantwortlich für die Entwicklung und Ausgestaltung der Online- und Retail Shopkonzepte.

MARCO HERO, TIGGES RECHTSANWÄLTE



Marco Hero berät und beschützt mit seinem Team in München und Düsseldorf, das seit Jahren als „führende Adresse im Franchising“ gilt (JUVE 2011) Franchiser aus dem In- und Ausland. Zu seinen Mandanten zählen mehrere Franchise-Geber des Jahres, einige der größten Systeme weltweit, aber auch eine Vielzahl kleinerer Unternehmen und Start-ups. Er wird als einer „of the leading franchise practitioners of the world“ (WHOSWHOLEGAL Franchise 2011) und als „hoch spezialisiert und exzellent erreichbar“ (JUVE 2011) bewertet. Mandanten heben seine „schnellen Reaktionszeiten, akzeptable Abrechnung, hohes Maß an Spezialwissen“ (JUVE 2010) oder seinen „efficient and business like approach“ (WHOSWHOLEGAL Franchise 2009) hervor. Marco Hero ist der deutsche Experte für Franchiserecht am International Distribution Institute und leitet die Task Force Franchising der Internationalen Handelskammer (ICC). Er ist im Vorstand des IBA Committee International Franchising und wurde vom Internationalen Franchiseverband (IFA) als „Certified Franchise Executive“ ausgezeichnet. Er publiziert regelmäßig, u.a. den Praxisleitfaden „International Franchising“. Sein Wissen gibt er als Dozent der Fachschule für Franchising an die nächste Generation weiter.

ANMELDUNG

KONTAKT

Deutscher Franchise-Verband e.V.
Luisenstraße 41
D-10117 Berlin

Tel.: +49 30 278 902-0
info@franchiseverband.com

PER FAX AN:

+49 30 278 902-15

ODER PER MAIL:

info@franchiseverband.com

KOSTEN

Nicht-Mitglieder des DFV: **1.100 €** Mitglieder des DFV: **950 €**

Alle Preise verstehen sich zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer

Inklusive Tagungspauschale mit einem Imbiss, einem Mittagessen, Snacks und Getränken während des Workshops sowie den Tagungsunterlagen.

FIRMA

Firmenname

PLZ, Ort

Straße, Nr.

Telefon

Ich bin DFV-Mitglied

TEILNEHMER

Titel

Rechnungsadresse,
falls von Firmenanschrift abweichend

Vorname, Name

Firmenname

Position/Abteilung

Straße, Nr.

E-Mail

PLZ, Ort

Rücktrittsklausel:

Einen Termin für einen kostenfreien Rücktritt des Seminarteilnehmers von dem mit dem Deutschen Franchise-Verband e.V. geschlossenen Vertrages kann vereinbart werden und bedarf der schriftlichen Zustimmung des Deutschen Franchise-Verbandes bei Vertragsabschluss. Wird kein Termin für einen kostenfreien Rücktritt vereinbart ist der Deutsche Franchise-Verband e.V. grundsätzlich berechtigt bei einem Rücktritt vor dem 21. Tag vor Veranstaltungstermin 60%, bei einem späteren Termin 80% der Tagungspauschale in Rechnung zu stellen. Der Abzug ersparter Aufwendungen ist durch die Ziffer 2 berücksichtigt. Dem Kunden steht der Nachweis frei, dass der oben genannte Anspruch nicht oder nicht in der geforderten Höhe entstanden ist.

Datum

Unterschrift