



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

PRESSEMITTEILUNG

**46. Deutscher Marketing Tag**

**Das Marketing Top Thema 2019 ist ... Customer Experience!**

**Für eine große Mehrheit von Marketers ist Customer Experience Management Top Priorität in 2019. Zukünftig wird eine herausragende Kundenerfahrung unerlässlich sein, um wettbewerbsfähig zu bleiben.**

**Düsseldorf, den 10. April 2019 – Das Kauf- und Informationsverhalten von Kunden sowie der Kaufprozess haben sich in den letzten Jahren sehr stark verändert. Nicht nur der alleinige Verkauf eines Produktes oder einer Dienstleistung steht im Fokus, sondern das Käuferlebnis.**

Online-Shops und große Plattformen wie Amazon setzen in puncto Benutzerfreundlichkeit, User Experience, bequemen Bezahlvorgängen und schnellen Lieferzeiten neue Benchmarks. Das veränderte Kaufverhalten erfordert neue Lösungen im Handel, um in Zeiten des E-Commerce-Booms profitabel agieren und bestehen zu können. Kunden wollen nicht nur online überzeugende Shopping-Erlebnisse, sondern auch offline. Der Schlüssel zur Kundenbindung besteht darin, dem Kunden zu jedem Zeitpunkt seines Einkaufs bestmögliche Erfahrungen zu bereiten – online wie offline.



„Marketers stehen heute vor der Herausforderung, ihre Prioritäten und Organisationen auf ein breiteres Verständnis der Kundenbeziehung auszurichten und dabei gleichzeitig die eigenen Marketing-Prozesse effizient zu gestalten. Die Differenzierung gegenüber dem einzelnen Kunden und gegenüber Wettbewerbern erfordert die Optimierung aller Marketing-Disziplinen und Unternehmensbereiche“, sagt Carsten Cramer, Geschäftsführer Borussia Dortmund Geschäftsführungs-GmbH und verantwortlich für Marketing, Vertrieb und Digitalisierung. Und weiter: „Früher wurde Marketing Excellence im Wesentlichen durch aufmerksamkeitsstarke Kampagnen und Kreativität bestimmt. Zukünftig wird das Management aller verbundenen Prozesse und Kundeninteraktionen das Herzstück des Marketings sein.“ Carsten Cramer ist einer der Experten der Breakout Session *Customer Experience neu denken* auf dem 46. Deutschen Marketing Tag am 4. und 5. Dezember 2019 in Düsseldorf.

„Total Customer Experience Management ist der Katalysator für gestiegene Kundenanforderungen: die Nutzung digitaler Kommunikations- und Interaktionsplattformen mit – und vor allem

„Total Customer Experience Management ist der Katalysator für gestiegene Kundenanforderungen: die Nutzung digitaler Kommunikations- und Interaktionsplattformen mit – und vor allem



## DEUTSCHER MARKETING VERBAND

zwischen – Kunden erfordert zunehmend ein hoch standardisiertes aber gleichzeitig auch individualisiertes Kundenmanagement über sämtliche Kundenschnittstellen hinweg“, sagt Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Präsident Deutscher Marketing Verband und Vize-Chairman European Marketing Confederation. „Der Social Media -gestärkte Kunde erzwingt eine einheitliche und qualitativ hochwertige Kommunikation und Interaktion über alle Kontaktpunkte, Produkte und Dienstleistungen. Unternehmen, die ihre Marktposition sichern und ausbauen möchten, sollten ihre Perspektive wechseln: Nur aus kundenzentrierter Sicht gelingt es im digitalen Zeitalter, Käufer und Konsumenten optimal zu begleiten“, so Strauß weiter.

Die Breakout Session *Customer Experience neu denken* findet am 5.12.2019 statt. Experten diskutieren intensiv dieses Thema. Fragestellungen werden u.a. sein:

- Wie sind die Erfahrungen bei der Umsetzung eines Total Customer Experience Managements?
- Wie wurden interne und externe Hürden in der Umsetzung überwunden?
- Wie ist die Verteilung im Aufwand zwischen Prozessen und Systemen auf der einen Seite und Change-Management auf der anderen Seite?

### **Der Deutsche Marketing Tag**

Am 4. und 5. Dezember 2019 findet der 46. Deutsche Marketing Tag in Düsseldorf statt – Das Motto: #MARKETING CENTRICITY fokussiert auf die intelligente und effiziente Kundenansprache durch das Marketing. Der Deutsche Marketing Tag ist die wichtigste Branchen-Konferenz Europas zum Thema Marketing. Knowledge Transfer und Networking stehen an erster Stelle und ist für Marketers der *place to be*. Im vergangenen Jahr nahmen 1.700 Top Experten an der zweitägigen Konferenz des Deutschen Marketing Verbandes teil: 100 Referenten, 20 Breakout Sessions, Deep Dives, Plenarvorträge, Stand Up-Presentations, Diskussionsrunden und Masterclasses beleuchteten die unterschiedlichen Themenfelder aus unterschiedlichen Branchen und Blickwinkeln.

Anmeldung und weitere Informationen unter [www.deutschermarketingtag.de](http://www.deutschermarketingtag.de).

Die Marketing Agenda 2019 steht zum Download zur Verfügung: <https://www.marketingverband.de/veranstaltungen/deutscher-marketing-tag/46-deutscher-marketing-tag/>

### **Über den Deutschen Marketing Verband e.V.**

Der Deutsche Marketing Verband (DMV) ist der Berufsverband des Marketing-Managements und die Dachorganisation der mehr als 60 Marketing Clubs in Deutschland und der Österreichischen Marketing-Gesellschaft. Er vertritt die Interessen von über 14.000 Führungskräften aus marketingorientierten Unternehmen. Seit 1956 sorgt der Verband für die Verbreitung des Marketingbewusstseins in Wirtschaft und Gesellschaft und sieht sich als die Institution für praxisnahe Weiterbildung und Know-how-Transfer.

Pressekontakt:

Deutscher Marketing Verband Service GmbH

Willy-Brandt-Allee 31 D, 23554 Lübeck

Karin Bollo, Tel.: +49 451 160855 29

E-Mail: [presse@marketingverband.de](mailto:presse@marketingverband.de)