

04.10.2006 – 12:36 Uhr

CeBIT 2007 (15. bis 21. März): Premiere für CRM Arena auf der CeBIT 2007

Hannover (ots) -

- Neue Business-Plattform für Kundenbeziehungsmanagement
- Branchentreffpunkt mit integriertem Kongress
- Markt für CRM-Software mit großen Wachstumschancen

Die CeBIT schafft Raum für aktuelle Themen: So trägt die weltgrößte ITK-Messe im Veranstaltungsjahr 2007 der wachsenden Bedeutung von IT-gestützten CRM-Systemen (Customer Relationship Management) erstmals mit einem eigenen Themenbereich in Halle 4 Rechnung. Dieser besteht zum einen aus einer Fachausstellung führender CRM-Anbieter, zum anderen aus der "CRM Arena", die als neue Business-Plattform eine breite Palette an Ausstellern auf Gemeinschaftsständen rund um einen zentralen Kommunikations- und Vortragsbereich versammelt. Besucher können sich hier umfassend über Strategien, Konzepte und Trends rund um das Thema Kundenbeziehungsmanagement informieren. Ein praxisorientiertes Veranstaltungsprogramm bietet exklusive Fachvorträge, aktuelle Fallstudien und spannende Diskussionsrunden.

Zum Themen- und Produktportfolio der neuen "CRM Arena" gehören unter anderem Software-Lösungen und Best-Practice-Beispiele, Maßnahmen zur Kundenbindung, Kundenwertanalyse, Auftragsmanagement, Adressmanagement, Service und Kundendienst, integrierte Kommunikations- und Absatzkanäle, Außendienststeuerung und Call Center-Lösungen.

"Ziel ist, dieses Themensegment im Rahmen der CeBIT als Branchentreffpunkt für Geschäftsführer, IT-Verantwortliche, Marketing- und Vertriebsleiter sowie Berater und Entwickler zu etablieren, die zuverlässige und innovative Anwendungen für die Pflege dauerhafter und profitabler Kundenbeziehungen suchen", erklärt Ernst Raue, Mitglied des Vorstands der Deutschen Messe AG.

Individuelle Kundenansprachen und gute Kundenbindungen nehmen in Zeiten gesättigter Märkte und des zunehmenden Wettbewerbs einen immer höheren Stellenwert ein. Der Einsatz eines CRM-Systems bietet im Unternehmen Vorteile wie gemeinsame Vorgehensweisen von Marketing, Vertrieb und Kundenservice. Durch die zentrale Erfassung der Daten können Kosten reduziert, Services optimiert werden und das Kundenpotenzial besser ausgeschöpft werden. Über Module zur mobilen Kommunikation können die kundenrelevanten Daten auch von unterwegs über Kommunikationsdienste wie GPRS, UMTS, ISDN oder Internet-Dial-in geschützt eingegeben und abgerufen werden.

Laut einer aktuellen Studie des internationalen Marktforschungsunternehmens PAC (Pierre Audoin & Consultants) befindet sich der deutsche CRM-Markt auf klarem Wachstumskurs. Nach 5 Prozent Wachstum in 2004 hat der Markt in 2005 um 7 Prozent zugelegt. In den kommenden Jahren, so PAC, wird CRM zu den IT-Themen mit den größten Wachstumschancen zählen. Zu den Wachstumsfaktoren zählt insbesondere das Konzept "CRM on demand". Dabei handelt es sich um CRM-Services, die von einem CRM-on-demand-Anbieter nach Bedarf gemietet werden können. Unternehmenseigene CRM-Installationen sind dafür nicht erforderlich. Insbesondere für mittelständische Unternehmen, die unter hohem Kosten- und Wettbewerbsdruck stehen, ist dieses Hosting-Modell eine kostengünstigere Methode für den Start eines professionellen Kundenmanagements.

Pressekontakt:

Ansprechpartnerin für die Redaktion bei der Deutschen Messe AG:
Katharina Siebert

Tel.: +49-(0)5 11 - 89 - 3 10 28
Fax: +49-(0)5 11 - 89 - 3 26 31
E-Mail: katharina.siebert@messe.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001485/100517126> abgerufen werden.