

Omni-Channel: Herausforderung oder längst notwendige Kompetenz?

+ Inhalt:

In diesem Workshop erfahren Sie, welche strategischen und organisatorischen Anforderungen sich aus dem Zielbild Omni-Channel an das Management von Waren-, Informations- und Geldflüssen ergeben und wie Best-Practices bei der Umsetzung aussehen können.

+ Zielgruppe:

- + Geschäftsleitung
- + Vertrieb und Retail
- + Logistik
- + Unternehmensentwicklung und Organisation
- + IT und Prozessmanagement
- + Finanzen

+ Agenda*:

BEGRÜSSUNG, VORSTELLUNGSRUNDE UND ZIELDEFINITION

EINFÜHRUNG: INHALTE UND BEDEUTUNG VON OMNI-CHANNEL

- + Multi-, Cross-, Omni-Channel: Bedeutung der einzelnen Sichten und Ansätze
- + Wie sieht die moderne Customer-Journey des multi-optionalen Kunden aus?
- + Welche positiven Effekte sind durch Cross-/Omni-Channel möglich?
- + Welche Formen der Kooperation zwischen Hersteller, Handel und Endkunde gibt es in der Branche?

OMNI-CHANNEL FÄHIG SEIN – FRAMEWORK FÜR OMNI-CHANNEL KOMPETENZ

- + Schwerpunkt Organisationsstruktur
- + Schwerpunkt Warenmanagement
- + Schwerpunkt Geldstrom
- + Schwerpunkt Informationen & IT-Systeme
- + Spielregeln für das Miteinander der Kanäle

AUSTAUSCH oder FLEXIBLER TEIL JE UNTERNEHMEN

**endgültige Ausarbeitung der Agenda nach Diskussion der Schwerpunkte.*



Kontakt

... wir freuen uns auf Ihre Anfrage:

 **Angelina M. Schock** | Managing Partner
schock@gcs-consulting.de

 **Andreas Franke** | Managing Partner
franke@gcs-consulting.de

 **Anschrift**
GCS Consulting GmbH
Firkenweg 1
85774 Unterföhring

 **Fon** +49 89 891365 -0
 **Fax** +49 89 891365 -29

 **E-Mail** info@gcs-consulting.de
 **Website** www.gcs-consulting.de