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.



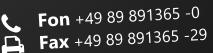
Kontakt

... wir freuen uns auf Ihre Anfrage:

- Angelina M. Schock | Managing Partner schock@gcs-consulting.de
- Andreas Franke | Managing Partner franke@gcs-consulting.de



GCS Consulting GmbH Firkenweg 1 85774 Unterföhring



E-Mail info@gcs-consulting.deWebsite www.gcs-consulting.de

GCS