

# 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

# KONTAKT

**... wir freuen uns auf Ihre Anfrage:**



**Anschrift**

GCS Consulting GmbH  
Frankfurter Ring 193a  
80807 München



**Fon** +49 89 891365 -0



**Fax** +49 89 891365 -29



**E-Mail** [info@gcs-consulting.de](mailto:info@gcs-consulting.de)



**Website** [www.gcs-consulting.de](http://www.gcs-consulting.de)



**Angelina M. Schock** | Managing Partner  
[schock@gcs-consulting.de](mailto:schock@gcs-consulting.de)



**Andreas Schneider** | Managing Partner  
[schneider@gcs-consulting.de](mailto:schneider@gcs-consulting.de)