



Vermarktungs- und rechtliche Aspekte der Omnikanalstrategie

Buchungsnummer
ST23-00228

Diese Veranstaltung richtet sich an:
Führungskräfte und SpezialistInnen

Sie wollen den Omnichannel-Vertrieb rechtlich sauber gestalten und marketingtechnisch gut umsetzen? In unserem Seminar erfahren Sie, wie Sie den Omnichannel-Ansatz rechtssicher gestalten und

erhalten wertvolle Impulse für die Kommunikation. Stellen Sie mit unseren Handlungsoptionen die notwendigen Weichen und handeln Sie effizient und nachhaltig.

Veranstaltungsart

Seminar

Dauer (in Tagen)

2

Termin

31.08.2023 - 01.09.2023

Zu erreichender Abschluss

Teilnahmebescheinigung

Preis

2.090,00 €

Gold 1.881,00 €

Aktions- und Gutscheincodes werden im Bestellprozess berücksichtigt.

Beschreibung

Sobald Klarheit über die eigenen Ziele und das Konzept im Omnichannel-Vertrieb besteht, ist es wichtig, den Vertriebswegemix intern und extern zu definieren, um eine möglichst hohe Akzeptanz auf allen Seiten aufzubauen.

Die Kommunikationsschwerpunkte müssen definiert und durch geeignete Methoden und Instrumente wirksam gemacht werden. Darüber hinaus sollten die Verantwortlichen den Marketing-Mix nach innen und außen gestalten und umsetzen. Kommunikationskreise und -formen sollten überdacht und auf die neue Medienwelt zugeschnitten werden. Zudem sollte die neue Welt mit der alten Welt verzahnt werden: werblich, emotional und kulturell.

In unserer Veranstaltung erfahren Sie auch, welche rechtlichen Anforderungen und notwendigen Einwilligungen, Sonderbedingungen und Erklärungen gestellt werden und wie Sie diese rechtssicher erstellen können. Darüber hinaus werden Sie im Seminar die Besonderheiten der jeweiligen Vertriebskanäle aus rechtlicher Sicht beleuchten und kanalgerecht umsetzen. Dabei sind die verschiedenen Phasen des Vertriebsprozesses, von der reinen Information und Beratung bis hin zum Abschluss und der Folgeakquise, entsprechend zu berücksichtigen. Dabei ist wichtig, diese rechtlichen Aspekte aus vertrieblicher Sicht aufzugreifen und sicher im Beratungsprozess zu integrieren. Darüber hinaus können vertriebsbegleitende Maßnahmen dazu beitragen, bessere Umsetzungsbedingungen bei der Etablierung der Neuen Medien zu schaffen.

Inhalte

- Was bestimmt die Kommunikation gestern - heute - morgen?
- Was hat sich geändert? Worauf ist dabei zu achten?
- Wie gestalte ich zielgerichtet die Kommunikation?
- Kommunikation nach außen
 - Klassische Werbung in Verbindung mit Neuen Medien optimal nutzen
 - Regionale Präsentation der Marke - GeoCI
- Kommunikation nach innen
 - Klassische und neue, digitale Formen und Methoden der Kommunikation nutzen
- Erfolgsfaktor „Vorstandskommunikation“
- Die rechtlichen Besonderheiten des Omnikanalvertriebes im Vergleich zum klassischen Filialgeschäft
- Die unterschiedlichen Phasen des Verkaufsprozesses und deren rechtliche Handhabung
- Die wichtigsten Kanäle und deren rechtssichere Gestaltung (Haftungsausschlüsse, Identifizierungsverfahren, Dokumentationsprotokolle etc.)
- Vertrieblich auf die rechtlichen Anforderungen auf den jeweiligen Kanälen reagieren

Nutzen

- Sie erfahren, wie Sie optimal den Omnichannel-Ansatz nach innen und außen multiplizieren und rechtlich sauber gestalten.
- Sie bekommen Impulse, wie Sie den Status Quo zur Kommunikation aufnehmen und wie Sie die Chancen der Digitalisierung konkret auch für die Kommunikation nutzen können.
- Sie wissen, wie Sie diesen rechtlichen Themen auch vertrieblich begegnen, sowohl in der Vermarktung wie auch in der vertriebsorientierten Vorbereitung und Umsetzung.

Dozenten

Michael Mühlhahn, BankenImpuls Consulting GmbH

Michael Mühlhahn ist Geschäftsführer der BankenImpuls Consulting GmbH mit jahrelanger Erfahrungen aus Beratungsmandaten in über 150 Genossenschaftsbanken. Schwerpunkte der BankenImpuls sind Vertriebs- und Veränderungsprojekte. Vorher war er in den Bereichen Vertrieb und Steuerung als Führungskraft, Dozent und Consulter bundesweit in mehreren Genossenschaftsbanken unterwegs.

Michael Hofstetter, runde1 UG & Co. KG

Michael Hofstetter ist Rechtsanwalt, Kanzleioberinhaber und Geschäftsführer der runde1 UG & Co. KG. Seit vielen Jahren betreut er insbesondere Genossenschaftsbanken in ihren rechtlichen Belangen und hat sich hierbei auf den

Bereich der Neuen Medien spezialisiert. Einer seiner Schwerpunkte ist die rechtliche Begleitung von Kreditinstituten auf deren Weg von der klassischen Filiale"e digitale Welt.