

Der Dialog mit (internen) Kunden wird in Zukunft eine bedeutendere Aufgabe von IT-Organisation werden. Hierbei sollte nicht nur der Austausch mit den Kollegen innerhalb spezifischer Projekte gepflegt werden, sondern dass Mitarbeiter aus allen Einheiten und Abteilungen in den Kommunikationsprozess einbezogen werden.

Ihr Nutzen

Sie lernen in diesem Seminar, wie Sie herausfinden können, wie Ihre IT-Organisation in Ihrem Umfeld wahrgenommen wird und sie sich positionieren können. Sie entwickeln eine individuelle IT-Marketingstrategie und lernen wie Sie die unterschiedlichen Kunden/Zielgruppen bedarfsorientiert behandeln. Ziel ist es, die Leistung der IT-Organisation darzustellen und die Service-und Kundenumorientierung zu verbessern.

Preis pro Teilnehmer

EUR 1250,- exklusive der gesetzlichen MwSt.

Seminardauer

2 Tag(e)/Day(s)

Voraussetzungen

keine

Hinweise

-

Version: N/A

Seminarinhalte

Tag 1

- * Von der IT-Strategie zum IT-Marketing
- Grundlagen

- * Voraussetzungen für das IT-Marketing
- Technologien und Werkzeuge
- Organisation
- Personalmanagement
- IT- Kosten- und Leistungsrechnung
- Von der IT-Strategie zur IT-Marketing Strategie

- Newsletter
- Intranet
- Social Media
- Blog's und Vlog's
- Expertenrunden
- ...

- * Strategisches Informationsmanagement
- IT-Vision, Mission und strategische Leitlinien
- Ziele der IT
- Positionierung von IT-Bereichen
- IT-Strategieentwicklung

- * IT-Marketingstrategie
- Reifegrad IT-Marketing
- Stakeholder
- Interne Kunden
- Schnittstellen zwischen IT und Unternehmen
- Zieldefinitionen
- Maßnahmenplan
- Kontrolle
- Organisation

Tag 2

- * Wichtige Bausteine für Marketing
- Kommunikation
- Wahrnehmung der IT (Eigenbild-Fremdbild)
- Kundenzufriedenheit
- Nutzen der IT fürs Unternehmen
- Transparenz der IT

- * Kunden und Service Orientierung
- IT Excellence Benchmark
- Projekt Marketing

- * Marketing Aktivitäten - Kommunikation
- Kommunikationsplan
- Rundschreiben
- Veranstaltungen

