

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 Kundenorientierung zu verbessern.

## Preis pro Teilnehmer

EUR 1150,- exklusive der gesetzlichen MwSt.

## Seminardauer

2 Tag(e)/Day(s)

## Seminarinhalte

Tag 1

\* Vom Marketing zum IT-Marketing

\* Voraussetzungen für das IT-Marketing

- Technologien und Werkzeuge
- Organisation
- Personalmanagement
- IT-Kosten- und Leistungsrechnung
- Von der Unternehmensstrategie zur IT-Marketing Strategie

\* 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
- Newsletter

## Voraussetzungen

keine

## Hinweise

-

Version: N/A

- Mitarbeiterzeitschrift
- Social Media
- Blog
- Expertenrunden

