

CINTELLIC GmbH  
Remigiusstraße 16  
53111 Bonn

Pressekontakt:  
Stephan Klein  
[presse@cintelllic.com](mailto:presse@cintelllic.com)  
Telefon: +49 228 92 65 18 20

CINTELLIC Consulting Group

Bonn, 14.05.2018

## Vier Trendthemen der iCONSMr, die sich Top-Entscheider nicht entgehen lassen sollten

*Die digitale Transformation ist längst in allen Branchen angekommen und fordert eine konsequente Anpassung der Wertschöpfungskette, auf die Bedürfnisse des Kunden. Auf der diesjährigen iCONSMr, die als branchenübergreifendes Networking- und Informationsevent für Entscheider bekannt ist, werden Best-Practice-Ansätze namhafter Unternehmen rund um den Themenkomplex **Consumer Centricity** vorgestellt und diskutiert. Das Event bietet Besuchern damit erprobte Strategien & Konzepte, sowie Denkanstöße & Visionen bezüglich aktueller Trendthemen wie Omnichannel-Marketing, personalisierter Werbung, Customer Experience Management oder Artificial Intelligence. Hochkarätige Redner geben Einblicke, wie beispielsweise durch Omnichannel Kommunikation eine idealtypische Customer Experience entsteht, vor welchen Herausforderungen Unternehmen im „Age of the Consumer“ stehen, oder wie durch zielgerichtetes, digitales Marketing ein nachhaltiges Kundenwachstum erzielt werden kann. Auch das Trendthema Artificial Intelligence kommt nicht zu kurz und wird anhand des Anwendungsfalls von Chatbots beleuchtet.*

*Ein erster Einblick in die Themenblöcke lässt deren Bandbreite erahnen:*

**Consumer Centricity**

Wer unter Consumer Centricity nur eine neomodische Bezeichnung für das altbekannte Sprichwort „Der Kunde ist König“ versteht, verkennt die tatsächliche Tragweite und das Potenzial der Consumer Centricity. Vielmehr verbirgt sich hinter dem Begriff eine umfassende Unternehmensstrategie, die jeden Mitarbeiter und Unternehmensbereich auf die Bedürfnisse des Kunden ausrichtet. Durch diese ganzheitliche Betrachtung kann Kundenzufriedenheit, Umsatz und Profitabilität je Kunde gesteigert und Kundenabwanderung vermieden werden.

**Omnichannel-Marketing**

Was der Kunde schon längst wie selbstverständlich erwartet, nämlich einen nahtlosen Übergang beim Wechseln der Kanäle, bedarf einer ausgereiften Kommunikationsstrategie und einer smarten IT-Landschaft im Hintergrund. Nicht nur sollte die Online- mit der Offline-Welt verknüpft sein, sondern ebenfalls übergreifende und einheitliche Kundenansprachen und Kampagnen beinhalten – dieser Spagat gelingt längst nicht allen Unternehmen. Damit es nicht bei dem Versuch bleibt, dem Kunden ein übergangloses Erlebnis zu ermöglichen bzw. dieses zu perfektionieren, ist ein Thema der diesjährigen iCONSMr, die Verknüpfung der digitalen und analogen Marketing-Kanäle mit Blick auf die dazugehörigen Points of Sale, Touchpoints, Kampagnen & Kommunikationen sowie die entsprechende Allokation von Budgets.

**Artificial Intelligence und Chatbots**

Insbesondere unter Berücksichtigung der Vorteile ständiger Erreichbarkeit und deutlich verringerter Wartezeiten, erleben immer mehr Kunden den Einsatz von künstlichen Intelligenzen im Services und Sales-Bereich als zunehmend wünschenswert. So bevorzugen Kunden beispielsweise einen Chatbot-geführten 24h-Service gegenüber einem menschlichen Ansprechpartner mit einer Servicezeit von 9 bis 17 Uhr.

Durch Optimierungen der Kommunikation, erweiterte Insights in Nutzerprofile, und damit verbundene Kostenreduktionen, bieten Artificial Intelligence und Chatbots den Marketiers einen deutlichen Mehrwert.

**Personalisierung entlang der Customer Journey**

Dem Kunden eine Experience bieten statt ihn zu nerven? Das ist die Kunst, die sich hinter personalisierten Kontaktpunkten entlang der Customer Journey verbirgt. Häufig wird die personalisierte Werbung bereits eingesetzt und scheint nun mit ortsabhängiger Werbung auch auf internetfähigen TV-Geräten angekommen zu sein. Welche Möglichkeiten und Mehrwerte sich dem Kunden und Marketiers mit personalisierten Customer Journeys ergeben, wird Thema des diesjährigen iCONSMr Events.

Lassen Sie sich auf der iCONSMr inspirieren und erfahren Sie anhand von Best-Cases-Vorträgen mehr über neue Ansätze auf dem Weg zur Consumer Centricity.

---

Zeichen (nur Artikel) inkl. Leerzeichen: 3.910

**CINTELLIC GmbH**

Remigiusstraße 16  
53111 Bonn  
www.cintelllic.com  
Telefon: +49 228 92 65 18 20

V.i.S.d.P.g.: Dr. Jörg Reinnarth

**Hintergrund**

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten rund 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik. [www.cintelllic.com](http://www.cintelllic.com)