

Sehr geehrte Damen und Herren,
herzlichen Dank für Ihr Interesse an unserem Coaching-Programm. Die Rid-Stiftung unterstützt die Teilnehmerbetriebe durch Finanzierung der Beratungs-/Coachingleistungen sowie der Workshop-/Hotelkosten in sehr beachtlichem Umfang. Das Ziel besteht darin – gemäß des gemeinnützigen Stiftungsauftrags –, den Teilnehmerbetrieben eine chancenreiche, wettbewerbsstarke Position im mehr und mehr elektronischen Handel zu verschaffen. Das Coaching wird im Auftrag der Stiftung von **elaboratum – New Commerce Consulting**, München unter der Leitung von Prof. Dr. Gutknecht und Florian Harr durchgeführt. Das Beraterteam besteht aus CRM- und Digitalisierungsexperten aus der Unternehmenspraxis. Für die Bewerbung zu diesem „Premium-Programm“ möchten wir Sie bitten, diesen Fragebogen auszufüllen. Damit möchten wir Ihre Anforderungen und Vorstellungen kennenlernen, die Sie mit einem solchen Projekt verbinden. Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt.

Fügen Sie bitte auch ein **Motivationsschreiben** Ihrer Bewerbung hinzu.

Bitte senden Sie den ausgefüllten Bogen und Ihr Motivationsschreiben bis zum Einsendeschluss an die Rid-Stiftung, z. Hd. Frau Harnest, Theatinerstr. 47, 80333 München, per Mail an info@ridstiftung.de (zu Bewerbungsterminen etc. siehe www.ridstiftung.de). Bitte vormerken: Die Informationsveranstaltung ist für den **07.02.2018** geplant. Nach Sichtung der Unterlagen erhalten Sie die Information, ob der Termin für Sie relevant wäre.

Herzlichen Dank für Ihre Mithilfe.
Rid-Stiftung für den Bayerischen Einzelhandel

I. Angaben zu Ihrem Unternehmen

1. Name/Anschrift Ihres Unternehmens

2. Ihr Name, Vorname, Funktion im Unternehmen

3. E-Mail

4. Internet-Adresse (Unternehmensseite)
Ggfs. Internet-Adresse (Online-Shop)

5. In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?

6. Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen?

7. Seit wann hat Ihr Unternehmen einen Web-Auftritt?
_____ seit _____ Jahren
8. Haben Sie **persönlich** Erfahrungen im Absatz von Produkten via Internet (Internet-Handel)?
Ja seit _____ Jahren
Nein
Falls „Ja“, über welche Erfahrungen verfügen Sie?

9. Hat Ihr Unternehmen Erfahrungen im Absatz von Produkten via Internet (Internet-Handel)?
Ja seit _____ Jahren
Nein
Falls „Ja“, über welche Erfahrungen verfügt Ihr Unternehmen?

10. Falls Sie Produkte über das Internet absetzen, wie viel Prozent Ihres Gesamtumsatzes erzielen Sie darüber?

>40%	>25%	>10%	>3%	<3%
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Haben Sie ein Warenwirtschaftssystem?

Ja	<input type="checkbox"/>	seit	__	Jahren
Nein	<input type="checkbox"/>			

12. Falls ja, welches?

13. Haben Sie ein Kundeninformationssystem (CRM)?

Ja	<input type="checkbox"/>	seit	__	Jahren
Nein	<input type="checkbox"/>			

14. Falls ja, welches?

15. Welche Pläne haben Sie bzgl. des Ausbaus Ihrer CRM-Aktivitäten für Ihr Unternehmen in den nächsten drei Jahren?

Starker Ausbau	Ausbau	will beginnen	will abwarten/prüfen
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. Welche konkreten Maßnahmen planen Sie?

17. Sind Sie in einer Verbundgruppe organisiert?
Wenn ja, in welcher?

Nein	<input type="checkbox"/>
Ja	<input type="checkbox"/>
in der	

18. Welchen Zeitaufwand würden Sie persönlich durchschnittlich pro Woche für das CRM-Projekt im kommenden Jahr reservieren (können)?

Stunden pro Woche

19. Welche MitarbeiterIn würden Sie zudem in das Coaching-Projekt einbeziehen?
(**max. eine zusätzliche Person**)

Name, Funktion Mitarbeiter

Stunden pro Woche

20. Wie viel Budget würden Sie über das Coaching hinaus (die Kosten des Coaching-Programms trägt die Stiftung) für die Verbesserung Ihrer CRM-Aktivitäten im kommenden Jahr ca. einsetzen können?

Summe: Ihr maximales Gesamtbudget (in €):

Ca. _____ €

II. Ihr Handlungsbedarf

1 2 3 4 5

Welche Bereiche wären für Sie im Rahmen des Coaching-Projektes besonders wichtig?

1. Optimierung des Geschäftsmodells und der Strategie für das Kundenbeziehungsmanagement	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
1. Verbesserung des Direkt-Marketing generell	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
1. Marketing-Automation generell	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
1. Verbesserung der Neukundengewinnung generell	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
1. Verbesserung der Kundenbindung generell	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
2. Integration des Kundenbeziehungsmanagement der Online- und Offline- (stationär) Kanäle	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
3. Analyse der bestehenden Datenlandschaft und dessen Optimierung	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
4. Analyse der bestehenden Systeme und Prozesse im Kundenkontakt sowie deren Optimierung	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
5. Identifikation von Mustern und Zusammenhängen bzgl. der Kundendaten: Segmentierung, Zielgruppen, Kaufmuster	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
6. Verbesserung der Kundeninteraktion (über E-Mail, Whats App, Social Media, Telefon, Chatbots etc.)	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
7. Rechtliche Fragestellungen	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
8. Einsatz von Apps und (mobilen) Webseiten für die bessere Kundenansprache	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
9. Kampagnenmanagement	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
10. Aufbau Business Intelligence und Data Science für das Unternehmen	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig
11. Einsatz von Machine Learning / künstlicher Intelligenz im Rahmen von CRM	Sehr wichtig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	weniger wichtig

Weitere Themen, die Ihnen wichtig sind:

Gerne können Sie Ihre Bewerbung bei Bedarf mit einem Motivationsschreiben und weiteren Angaben zu Ihnen bzw. Ihrem Unternehmen ergänzen.

Hiermit bewerbe ich mich für das Coaching-Programm 2018:

- Datengestütztes Kundenbeziehungsmanagement (CRM)
- Optimierung der E-Commerce-/Cross-Channel-Strategie
- Beide Programme könnten für uns passen, wir bitten um entsprechende Zuordnung nach Rücksprache

Mir ist bekannt, dass kein Anspruch auf Teilnahme am Coaching-Programm existiert, sondern die Stiftung aus den eingehenden Bewerbungen auswählt.

Datum, Ort

Unterschrift