

Seminar: Nachhaltiger Vertrieb – Kundenbindung erzeugen

Kundenloyalität durch intelligente Dienstleistungs- und Serviceprodukte

Buchungscode
MV115

„Der Service verkauft die zweite Maschine“ oder „Ein zufriedener Kunde wechselt nicht einfach zum Wettbewerb“ oder „Kundenloyalität ist ein hoher Wert, der in einer Bilanz gar nicht erscheint“ - diese oder ähnliche Aussagen belegen die zunehmende Bedeutung von geschäftlichen Dienstleistungen nach dem Verkauf. Das Geschäftsfeld – Service/After Sales – ist zudem in vielen Unternehmen ein hochinteressantes und profitables Geschäft. Kundenloyalität ist längst zu einem strategischen Erfolgsfaktor geworden.

Ziele / Nutzen

Mit Hilfe des Seminars...

- bauen Sie grundlegende Kompetenzen zum Thema Neuromarketing auf und erweitern somit Ihr Portfolio an Marketingstrategien und -methoden
- wissen Sie um die Chancen aber auch Hürden beim Einsatz neuronalen Marketings
- gewinnen Sie neue Einblicke in das Verständnis von Kundenbedürfnissen und Konsumentenverhalten
- verbessern Sie Ihre Zielgruppenansprachen durch zielgerichtete Markenkommunikation
- entwickeln Sie Ansätze, um sich aus der Masse an Werbung abzuheben

Termine

22.06.2016	Göttingen	490,00 EUR*	› Buchen
30.09.2016	Göttingen	490,00 EUR*	› Buchen

* Alle Preise zzgl. USt.

[› Kein passender Termin dabei?](#)

Inhalte des Seminars Nachhaltiger Vertrieb – Kundenbindung erzeugen

Beurteilung der Kosten für die Neukundengewinnung in Relation zum Bestandskundengeschäft

Notwendigkeit der Kundenbindung aus ökonomischer Sicht (quantitativ)

Loyalität als Ausdruck qualitativ wertvoller Geschäftsbeziehungen

Fallbeispiel aus dem Maschinenbau

Geeignete Kriterien und Messwerte für Kundenloyalität festlegen können

Geschäftsbeziehungen – qualitativ und quantitativ beurteilen

Umsatzanalysen mit Bestands- und Neukunden

Workshop: Kundenloyalität anhand der Beziehungsmatrix messen – Zwischenmenschlichkeit und Bindung zum Kunden

Bestandskundenanalyse und After-Sales Aktivitäten auf Bestandskunden ausrichten

Strategien für zielorientiertes After Sales Management

Strategieziele und -definition

Methoden

- After Sales online
 - After Sales offline
 - Fallbeispiele
-

Kundenbindungsprogramme jenseits von Treuepunkten und Cashback Programmen

Menschliches Streben nach unmittelbarer Belohnung (Quid-pro-Quo)

- Rentabilität der Großzügigkeit – Unerwartet mehr bekommen als bestellt
-

Menschliches Vermeidungsverhalten: Bloß nicht verlieren, was man hat

- Free-of-Charge-Strategien, die Kundenbindung vorab erzeugen und erst nach Gewöhnung an ein Gut oder Dienstleistung zur Conversion führen
-

Premium Services: Zusätzliche Dienstleistungen für Schlüsselkunden

Anwendungsszenarios

Signalling: Unterscheidungsaspekt/Abgrenzung zu anderen Kunden und „Auch-haben-will“-Effekte provozieren

Höhere Wertschätzung von Dienstleistung: Nachgelagerte Anschlussleistungen mit Mehrwert konsequent bepreisen

Aufbau einer Serviceorganisation zum Loyalitätsaufbau

Key Account Management - Vernetztes Handeln mit dem Verkauf

Bestandskunden-Management Ihrer Schlüsselkunden

Ernennung von Referenzkunden/Referenzprojekten

Die User-Clubs: Erfahrungsaustausch von Anwendern

Gemeinsame Entwicklungsprojekte (Feldtestkunden)

Intelligente Serviceprodukte als Argumente im Neumaschinengeschäft

Erfolgsmessung des After Sales

Datenmaterial/Hard Facts generieren und dokumentieren

Outcome Analyse betreiben

Rentabilität erhöhen

Kriterien für ein erfolgreiches Customer Information System (CIS)

Fallbeispiel: Exemplarische Rechnung/Messung der Kundenloyalität anhand eines Modell-CIS

Workshop: Kundenloyalität messen – Abschlussorientierte Aktivitäten ableiten

Retrogrades Datenmaterial aus CIS zur Planung abschlussorientierter Aktivitäten nutzen

Kundenqualität

Umsatzentwicklung

Beziehungsmatrix erstellen

Weitere Kennzahlen für Kundenbindung ermitteln

Weitere Seminarinformationen

Teilnehmerkreis

Mitarbeiter aus Marketing, Kommunikation und Vertrieb sowie Produkt- und Kundenmanager, die die Möglichkeiten des Neuromarketing kennenlernen möchten

Methodik

Interaktive Veranstaltung: mediengestützte Impulsvorträge, moderierte Erarbeitung der Seminarinhalte und im Dialog geführter Erfahrungsaustausch und Diskussionen, Kleingruppenarbeit sowie zahlreiche praktische Übungen und Anwendungen mit anschließendem Feedback, Einbindung Ihrer Wünsche und Problemstellungen in das Seminar durch schriftliche Vorabbefragung

Abschluss

Teilnahme-Zertifikat der mtec-akademie an der PFH Private Hochschule Göttingen

Trainer

» [Dipl.-Sozw. Harald Hesper](#)

Seminarzeiten

9:00 – ca. 17:00 Uhr

Teilnehmerzahl

max. 12

Teilnahmegebühr

490 € zzgl. USt.

Dauer

1 Tag

Inklusivleistungen

Schulungsordner mit umfangreichen Seminarunterlagen, Pausengetränke, Mittagessen, Teilnahme-Zertifikat inkl. Dokumentation der Seminarinhalte

Termine

22.06.2016	Göttingen	490,00 EUR*	› Buchen
30.09.2016	Göttingen	490,00 EUR*	› Buchen

* Alle Preise zzgl. USt.

[› Kein passender Termin dabei?](#)