

Customer Relationship Management (CRM)

Der Teilnehmerkreis

Führungskräfte und Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, Strategische Planung und Vertrieb, die sich mit dem Thema Kundenmanagement befassen



Ziele

Der erfolgreichen Pflege von Kundenbeziehungen kommt für den Unternehmenserfolg eine immer höhere Bedeutung zu. Ziel ist es, profitable Kunden zu identifizieren und möglichst dauerhaft an das Unternehmen zu binden. Dazu erlernen Sie, wie Sie praxiserprobte Methoden für die Gestaltung profitabler Kundenbeziehungen zielgerichtet einsetzen und wie sie Kundeninformationen für die Pflege Ihrer Kundenbeziehung nutzen können.

Schwerpunkte

- Was heißt und was bringt wertorientierte Kundenbindung?
 - Arten der wertorientierten Kundenbindung
 - Bedeutung der wertorientierten Kundenbindung im Wettbewerb
 - Operatives, kollaboratives und analytisches CRM – die drei Facetten eines erfolgreichen Kundenbindungsmanagements
 - Lösungsansätze aus der Praxis
- Welche Instrumente und Methoden erhöhen den Erfolg in der Kundenbearbeitung? Welchen Beitrag leisten dabei:
 - Kundenentwicklungsprogramme/Kundendurchdringung
 - Proaktives Beschwerdemanagement
 - Follow-Up-Maßnahmen/ROC
- After-Sales-Services
 - Datengestütztes Kampagnenmanagement
 - Wofür lohnt sich ein Call Center?
 - Wie kann das Internet zur Kundenbearbeitung genutzt werden (eCRM)?
 - Welche Instrumente passen zu Ihrem Unternehmen?
 - CRM und ROI
- Wie sieht eine erfolgreiche Kundensegmentierung aus?
 - Inhaltliche Unterscheidung: Kundenpriorität/Kundenstatus
 - Kundenscoring
 - Kundenpotenzialanalyse
 - Customer Lifetime Value
- Wie führen Sie unterstützende CRM-Software erfolgreich ein?
 - Welche Softwaretypen unterstützen wie, wann und in welchem Ausmaß das Kundenbindungsmanagement?
 - Wie sollte ein CRM-Einführungsprojekt aussehen?
 - Wo liegen die kritischen Erfolgsfaktoren?
 - Welche Software-Lösung passt zu meinem Unternehmen?
 - Wie wird der Wertbeitrag messbar?
- Fallstudien und Gruppenübungen

Ihr Trainer

Dr. Stefan Helmke

Studium der BWL, Promotion am Heinz-Nixdorf-Institut, seit 9 Jahren tätig als Managementberater/-trainer im Bereich Wertorientiertes Kundenmanagement, Marketingmanagement, Vertriebsmanagement, Produktmanagement, Dozent an der Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) in Bergisch Gladbach

InfoBox	Termine	Ort	Preis	TN	
EINCRM	26.01.2009 bis 27.01.2009	Hamburg			Anmeldung
	15.06.2009 bis 16.06.2009	Hamburg			Anmeldung
	21.09.2009 bis 22.09.2009	Hamburg	980,- €	12	Anmeldung
	26.01.2009 bis 27.01.2009	Hamburg			Anmeldung

[SEMINARBESCHREIBUNG ALS PDF-DOWNLOAD](#)

