

# Systematisches Neukundenmanagement

## Der Teilnehmerkreis

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



## Ziele

Eine wesentliche Facette des Kundenmanagements ist die Neukundengewinnung. Die kontinuierliche Akquise neuer Kunden bzw. die Erschließung neuer Zielgruppen stellt neben der Kundendurchdringung eine wesentliche Voraussetzung für Wachstum und Unternehmenserfolg dar. Im Seminar erlernen Sie anhand erfolgreicher Praxisfälle, wie Sie ein systematisches Neukundenmanagement erfolgreich umsetzen können und welche Wege sich als besonders lukrativ zur Gewinnung neuer Kunden erweisen.

## Schwerpunkte

- Zielgrößen der Neukundengewinnung
  - Quantitative versus qualitative Zielgrößen
  - Wertbeitrag neuer Kunden
  - Ableitung von Zielgrößen (Bedarfsmethode, Minimumansatz, Entwicklungsansatz)
  - Wertorientierte Steuerung der Neukundengewinnung
- Instrumente und Steuerung der Neukundengewinnung
  - Systematische Planung der Neukundengewinnung
  - Steuerung des Neukundentrichters
  - Direkt Marketing zur Neukundengewinnung
  - Kampagnenmanagement zur Neukundengewinnung:
  - Ein- und zweistufige Kampagnen und deren Organisation
  - Konsequentes Empfehlungsmarketing
  - Sinnvolle Online-Instrumente zur Neukundengewinnung
  - Möglichkeiten und Sinnhaftigkeit von Neukundenrabatten
  - Harmonisierung der Neukundengewinnungskanäle
  - Weiterentwicklung von Neukunden zum Stammkunden durch effektive Neukundenentwicklungsprogramme
  - Erfolgsmessung
  - Bewertung von Kanälen der Neukundengewinnung
- Data Mining im Neukundenmanagement
  - Merkmalsgestützte Verfahren
  - Systematische Expertenanalyse
  - Lift-Ansätze
  - Scoringverfahren
- Prozess des Zielgruppenmanagements
  - Identifikation möglicher Zielgruppen
  - Ökonomische Bewertung von Zielgruppen
  - Priorisierung von Zielgruppen
  - Sicherstellung der Erreichbarkeit
  - Instrumente-Zielgruppen-Matrix
  - Erfolgsmessung
- 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

<b>InfoBox</b>	Termine	Ort	Preis	TN	
<b>EINNEUKD</b>	01.12.2008 bis 02.12.2008	Hamburg			<a href="#">Anmeldung</a>
	16.03.2009 bis 17.03.2009	Hamburg			<a href="#">Anmeldung</a>
	16.03.2009 bis 17.03.2009	Hamburg	980,- €	12	<a href="#">Anmeldung</a>
	01.07.2009 bis 02.07.2009	Hamburg			<a href="#">Anmeldung</a>
	16.11.2009 bis 17.11.2009	Hamburg			<a href="#">Anmeldung</a>

**SEMINARBESCHREIBUNG ALS PDF-DOWNLOAD**

