

Vertrieb und Kundenorientierung

Kundenorientierung - Instrument zur Kundenbindung

Die Kundenbeziehungen Ihres Unternehmens prägt die Qualität und Dauer der Zusammenarbeit. Lernen Sie erfolgreiche Konzepte sowie Strategien für die Erlangung von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung kennen, um so nachhaltig Ihren Unternehmenserfolg zu steigern. Dieses Praxisseminar berücksichtigt vertriebs- und marketingrelevante Aspekte.

Inhalt

Was ist Kundenbindung? Klassifizierung der Kunden
Kundenbindungsinstrumente im Überblick
Anwendung und Nutzen einer Vernetzungsanalyse
Ermittlung von Erfolgsfaktoren
Kundenbefragung: Erfassen der subjektiven Erwartungen
Loyalität als Maßstab der Kundenbindung
Die Nutzwertanalyse
Verdeutlichung anhand praktischer Beispiele
Das Phasenmodell der Kundenorientierung
Anwendung des Modells
Kundenzufriedenheit: Kriterien und Faktoren
Kundenorientiertes Verhalten: Prinzipien und Grenzen
Beziehungsmanagement, Kommunikation

Ziele

Sie erhalten einen weit reichenden Einblick in das Thema der Kundenorientierung und planen eine Kundenbindungsaktion für die Praxis. Anhand des vorgestellten Phasenmodells können Sie den Stand der aktuellen Kundenbeziehungen in Ihrem Unternehmen überprüfen und bewerten.

Methodik

Trainerinput, Beurteilungs-, Kritik- und Gruppengespräche, Rollenspiele, praktische Übungen, Diskussionen

Dauer

2 Tage