

Zielgruppe

Mitarbeitende im Kundenkontakt

Essenz

Bestandskunden verursachen weniger Kosten und Aufwand als Neukunden. Der Aufwand, den ein Unternehmen betreiben muss, um einen Neukunden zum Kauf zu bewegen, ist um ein Vielfaches höher als die Kosten, die für Betreuung und Loyalisierung von Bestandskunden entstehen. Die Beziehung zum Kunden muss gestaltet und gepflegt werden.

Methodik

Trainer-Input, Einzel-, Partner-, Gruppenarbeit, Gesprächsübungen, Diskussion, Fallarbeit, Reflektieren in der Gruppe

Umfang

180 Minuten

Inhalt

Beziehungsmanagement – Die emotionale Bindung der Kunden und Entscheider

- Theorien und Statistiken zum Beziehungsmanagement
- Sinn und Zweck des Beziehungsmanagements
- Beziehungen auch online pflegen

Die Pflege der Kunden – Die Facetten des Beziehungsmanagements

- Auftritt & Wirkung
- Persönliche Ebene, Nähe zum Kunden
- Erwartungshaltung der Kunden
- Werte in der Beziehung
- Strategische Aspekte & Kundenbindung
- Netzwerke, Medien, Veranstaltungen
- Innenbeziehung bei (IDM/ADM,KAM)

SWOT-Analyse zu persönliche Beziehungsmanagement

- Persönliche Stärken, Schwächen, Chancen & Risiken im Beziehungsmanagement