

IC MANAGEMENTFORUM

 03.07.2019

 EXCELSIOR / München



# KUNDENBEZIEHUNGS- MANAGEMENT 2.0.

TOOLS FÜR DAUERHAFTE + RENTABLE  
KUNDENBEZIEHUNGEN

## ZIELGRUPPE:

Geschäftsführer,  
Vertriebsverantwortliche,  
Key Account Manager,  
Channel Sales Manager

**ANMELDUNG**

PREIS: € 890

EARLY BIRD Special: 2for1  
2 zum Preis von 1  
bis 24. Mai 2019

Wir präsentieren die wichtigsten Tools für ein nachhaltiges Kundenbeziehungsmanagement !

Inklusive aktueller Strategien zur Evaluierung der Kundenzufriedenheit + zur Kundenbindung !



Michael Cetinkan. Kundenbeziehungen stehen seit über 10 Jahren im Mittelpunkt seiner Leidenschaft und beruflichen Tätigkeit, derzeit ist er Vertriebsleiter der InterConnection und der Victory Sales Academy.



Panorea Kaskani: Als Neuropsychologin liegt Ihr Schwerpunkt auf der Ergründung von Kauf- und Beziehungsmotiven. Seit 2017 ist sie Konzeptleiterin bei der Victory Sales Academy.

Interconnection Consulting ist ein internationales Marketing und Trainingsinstitut mit Büros in Wien, Buenos Aires, Lemberg und Bratislava. Wir unterstützen Unternehmen bei der Analyse, der Beratung und Umsetzung von Marketing- und Strategieentscheidungen.

## EINLADUNG

Im Zeitalter des Digital Commerce ist das Verhältnis von Unternehmen zu Kunden zunehmend von technischen Errungenschaften (SEO, KI im Handel, Virtual Reality) geprägt. Sie alle dienen vorrangig dazu die Kundenzufriedenheit zu messen und zu erhöhen.

Die spätestens seit der Jahrtausendwende vordergründige Orientierung der Unternehmensaktivitäten an den Kundenbedürfnissen verdichtet sich im 21. Jahrhundert um die dazugewonnenen *digitalen Möglichkeiten*. In unserem Managementforum gehen wir dem *Kundenbeziehungsmanagement* einen Tag lang auf den Grund. Von seinen Anfängen und ursprünglichen Intentionen, bis zu den Neuerungen unseres Zeitalters.

Wir präsentieren dazu Neuerungen im Bereich der Kundensegmentierung, spüren der unerlässlichen zwischenmenschlichen Komponente im Beziehungsaufbau nach und präsentieren zeitgemäße Kundenbindungsstrategien, unter Berücksichtigung der digitalen Kommunikationskanäle.

## UNSERE THEMEN

- Grundlagen + Erfolgsfaktoren:  
Das Individuum im Mittelpunkt + die 9 Stufen zum Erfolg
- Marktsegmentierung nach Motiven + Emotionen,  
Kunden- + Preistypen
- Persönlicher Beziehungsaufbau im Verkauf
- Kundenbindungsstrategien + 360°-Kundengewinnung
- Online Kundengewinnung + Kundenbindung

Ihre Ansprechpartnerin  
Mag. Dominica Niton  
tel: +43 1 5854623-35  
mail: [info@interconnectionconsulting.com](mailto:info@interconnectionconsulting.com)



## KUNDENBEZEHUNGS- MANAGEMENT 2.0.

WANN: 03.07.2019

WO: Hotel EXCELSIOR  
Schützenstraße 11  
80335 München

**ANMELDUNG**

EARLY BIRD Special: 2for1  
2 zum Preis von 1  
bis 24. Mai 2019

## THEMEN + INHALTE

### Grundlagen + Erfolgsfaktoren:

#### Das Individuum im Mittelpunkt + die 9 Stufen eines erfolgreichen KBM !

Die verstärkte Orientierung der Unternehmensaktivitäten an den Kundenbedürfnissen ist seit der Jahrtausendwende eine signifikante Entwicklung in der Unternehmenspraxis, wobei das systematisch individualisierte Management einzelner Kundenbeziehungen seither immer mehr in den Fokus rückt. Der Vortrag gibt einen Überblick über die Grundlagen des KBM heute und über die wichtigsten 9 Stufen bei der erfolgreichen Implementierung Ihres KBM.

9 Stufen zur  
erfolgreichen  
Implementierung

### Marktsegmentierung nach Motiven, Emotionen, Kunden- + Preistypen

Die klassische soziodemographische Marktsegmentation hat sich längst zu Grabe getragen. Heute setzen Unternehmen auf andere Segmentierungs- und Differenzierungsstrategien, die sich als weit erfolgreicher erwiesen haben. Wir geben einen Überblick über die wichtigsten: Die Segmentierung nach Emotionen + Motiven, nach Kundentypen und nach Preistypen.

Emotionen  
+ Motive  
Kunden- +  
Preistypen

### Sales Management: Die persönliche Komponente im Beziehungsaufbau

Im Zeitalter der Computerassistenz wird der persönliche Verkauf wichtiger denn je, allerdings nur dann, wenn die Beziehungskompetenz des Menschen und die Assistenz des Computers komplementär auftreten. Was weiß der Computer, was Sie nicht wissen? Welche Emotionen bewegen Kunden und welcher Weg führt vom Verkaufsgespräch zum Beziehungsaufbau?

Kommunikation  
Mensch + Maschine  
Beziehungsaufbau

### Kundenbindungsstrategien + Die 360°-Methode zur Kundengewinnung

Der Vortrag analysiert die Zusammenhänge von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung und stellt eine Methode vor, die die Kundenbindung über Begeisterungsmerkmale definiert und mit Hilfe derer die Kundenerwartungen besser eingeschätzt werden können. Darüber hinaus präsentieren wir die 360°-Methode zur Kundengewinnung, die eine Neuromarketing-optimierte Kommunikation über verschiedene Kanäle (Lead Generation, Online-Kampagnen, Events und Public Relations) und deren Abstimmung aufeinander vorstellt.

Bindungs-  
strategien +  
Kommunikations-  
kanäle

### Online Kundengewinnung + Kundenbindung mit digitalen Medien

Das Internet ist heute nicht nur die erste Informationsquelle für Neukunden, sondern auch der Kommunikationskanal Nummer 1 bei Bestandskunden. Der Vortrag stellt die wichtigsten Methoden zur Online-Kundenbindung vor: Von der Ausrichtung der Homepage (FAQ Seiten, Blogspots), über die Kommunikation mittels Sozialer Medien sowie dem Einsatz von Email-Kampagnen und Google Ads.

Online  
Bindungs-  
strategien

## PROGRAMM

- 09.00 Vorstellungsrunde
- 09.15 Grundlagen + die 9 Stufen eines erfolgreichen KBM
- 10.00 Vormittagskaffee
- 10.30 Marktsegmentierung nach Motiven, Emotionen, Kunden- + Preistypen
- 12.00 Mittagspause
- 13.30 Sales Management: Die persönliche Komponente im Beziehungsaufbau
- 14.30 Kundenbindungsstrategien + Die 360°-Methode zur Kundengewinnung
- 15.30 Nachmittagskaffee
- 16.00 Online Kundengewinnung + Kundenbindung mit digitalen Medien
- 17.00 Veranstaltungsende

... inklusive  
3-Gänge Menü  
Pausenverpflegung  
+ elektronische  
Unterlagen

## KUNDENSTIMMEN + REFERENZEN

Das offene Gespräch über viele Facetten des Vertriebs hat es mir ermöglicht, wieder einmal über den Rand des eigenen „Vertriebsters“ hinaus zu sehen. An dem Forumstag entstanden neue Eindrücke, die sicher auch zu neuen Aktivitäten in „meinem“ Vertrieb führen werden.

Joachim Rauch,  
Vertriebsleitung MAICO

Die Beiträge waren eine Auffrischung und vermittelten gleichzeitig neues Wissen und Erkenntnisse, sowie die Möglichkeit der Selbstreflexion.

Andreas Wind,  
Projekt + Key Account Manager DCCS

