

Vom Kostentreiber zum Erfolgsgaranten

Der perfekte Kundenservice

Begeistern Sie Ihre Kunden an jedem einzelnen Kontaktpunkt!

Erfolgreiche Kundenbetreuung und Kundendialog:

- **Emotionale Kundenbindung:** Machen Sie aus Kunden Fans!
- **Servicequalität:** Messen, verstehen und steigern Sie die Servicequalität!
- **Kundensegmentierung:** Optimieren Sie Ihre Kundensegmentierung als Basis für einen differenzierten Kundenservice!
- **Kundendialog im Multikanal:** Begeistern Sie Ihre Kunden an jedem einzelnen Kontaktpunkt!
- **Social Media im Kundendialog:** Nutzen Sie das Social Web für Ihren Kundenservice!
- **Service Marketing:** Machen Sie Ihren Kundenservice zum Markentreiber!

Hoher Lernerfolg durch begrenzte Teilnehmerzahl!

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

20. und 21. September 2010 in Köln

28. und 29. Oktober 2010 in München

1. und 2. Dezember 2010 in Frankfurt/M.

Deutschlands
Kundenchampions
2011

Profitieren Sie von aktuellen Studienergebnissen und umfangreichen Praxisbeispielen!

Ihre Referenten:



Roman Becker
forum! Marktforschung GmbH



Alexander Körner
lemon5 – fresh consulting GmbH



Gabriele Neitzke
ING-DiBa AG



Dr. Christoph Schumacher
forum! Marketing- und Kommunikationsberatung GmbH

MANAGEMENTCIRCLE®
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700

Aus Kunden Fans machen: Servicequalität steigern und Kundenservice im Multikanal optimieren!

Ihr Seminarleiter:

Roman Becker, Geschäftsführer, **forum! Marktforschung GmbH**, Mainz

Herzlich willkommen!

- Begrüßung und kurze Vorstellungsrunde
- Darstellung der Seminarthemen und -ziele
- Abgleich mit Ihren Erwartungen

Wie Sie aus Kunden Fans machen

- Warum Kunden so wichtig sind
- Vorsicht vor zufriedenen Kunden
- „Söldnerkunden“: Schicksal oder Chance?
- Emotionale Kundenbindung als entscheidender Erfolgsgarant
- Wie entsteht emotionale Kundenbindung?
- Was Unternehmen von Deutschlands Kundenchampions lernen können

Roman Becker

Servicequalität messen, verstehen und steigern

- Was ist überhaupt Servicequalität?
- Wie kann man Servicequalität messen?
- Wie entsteht Servicequalität?
- Was begeistert Kunden wirklich?
- Die Bedeutung von Kanal und Kontakthäufigkeit
- Der Beitrag der Servicequalität zu Wachstum und Ertrag
- Maßnahmen und Empfehlungen zur Steigerung der Servicequalität

Roman Becker

Die passende Kundensegmentierung als wichtige Voraussetzung für effizienten Kundenservice

- Warum die Kundensegmentation heute unverzichtbar ist
- Woran Segmentationen oft scheitern
- Wie Segmentationen richtig funktionieren
 - Homogene Kauf- und Nutzungsprofile verstehen
 - Situative Umstände des Kunden erkennen
 - Zentrale Informationen im CRM-System nachhalten
- Der Umgang mit unprofitablen Kunden

Roman Becker

Der „Herzblutfaktor Mensch“

- Wie motivierte Mitarbeiter zum Unternehmenserfolg beitragen
- Der Unterschied zwischen intrinsischer und extrinsischer Motivation
- Was Sie bei der Rekrutierung und Personalentwicklung von Mitarbeitern im Kundenservice beachten sollten

Roman Becker



Jeder Kunde ist der erste Kunde

- Wir haben „nur“ unsere Stimme
- Sales ist Service
- Queue Management: Wer steuert wen und was?
- Weniger messen, wiegen und auswerten kann mehr sein
- Gezielte Kundenbefragungen
- Schnittstellen-Management

Gabriele Neitzke
Bereichsleiterin Kundendialog,
ING-DiBa AG, Hannover

Der perfekte Kundenservice im Multikanal

- Effizientes Customer Touchpoint Management
 - Analyse der Customer Touchpoints
 - Wie stelle ich sicher, dass an jedem Touchpoint ein perfekter Kundenservice existiert?
- Kundendialog im Multikanal
 - Welcher Service für welchen Kunden in welchem Kanal?
 - Was muss ich beim Kundendialog in den verschiedenen Kanälen unbedingt beachten?
 - Wie stelle ich eine perfekte Abstimmung der Kanäle untereinander sicher?

Moderierter Erfahrungsaustausch zwischen den Referenten und den Teilnehmern.

Zusammenfassung der Tagesergebnisse und Klärung offener Fragen, anschließend Get-Together



Get-Together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit den Referenten und Teilnehmern!

Begeistern Sie Ihre Kunden an jedem Kontaktpunkt: Customer Experience Management und Service Marketing!

Ihr Seminarleiter:

Dr. Christoph Schumacher, Geschäftsführer, **forum! Marketing- und Kommunikationsberatung GmbH**, Mainz

Es geht weiter! Überleitung zu den Themen des zweiten Tages

Perfekter Kundenservice durch kundenorientiertes Führungsverhalten

- Die Formel von Kurt Lewin
- Was bedeutet kundenorientierte Unternehmensführung?
- Was ist kundenorientiertes Führungsverhalten?
- Strategien und konkrete Maßnahmen zur Steigerung des kundenorientierten Führungsverhaltens

Dr. Christoph Schumacher

Beispiele aus der Unternehmenspraxis!

Service 2.0 – Social Media in Kundenservice und Kundendialog

- Die Macht der geteilten Anwendungserfahrung: Wie Verbrauchermeinung Ihren Markterfolg bestimmt
- „Service is the new Marketing“: Vom Cost-Center zum Erfolgstreiber
- Erfolgsfaktoren: Die Dos & Don'ts beim Einsatz von Social Media im Kundendialog
- Jede Stimme zählt: Welche Voraussetzungen Sie in Ihrem Unternehmen schaffen müssen
- Beispiele aus der Unternehmenspraxis: Welche Unternehmen im Service 2.0 warum erfolgreich oder gescheitert sind

Alexander Körner
geschäftsführender Gesellschafter,
lemon5 – fresh consulting GmbH, Offenbach

Vom Kundenmanagement zum Customer Experience Management: Maßnahmen und Instrumente

- Vom CRM zum CEM
- Was heißt Customer Experience Management (CEM)?
- Wie „tickt“ der Kunde in Zeiten von Multikanal und Web 2.0?
- Maßnahmen und Instrumente zur Steigerung des CEM
- Effizientes Kontaktpunkt-Management
- Einbindung des Kunden bei der Optimierung von Serviceprozessen

Dr. Christoph Schumacher

Kundenservice als Markentreiber

- Wie trägt der Kundenservice zur Markenbildung bei?
- Die wichtigsten Schritte zum Aufbau einer Service-Marke
- Service oder Services?
- Service als Werttreiber
- Produkt-Marketing und Service-Marketing: Erweiterung des klassischen Marketing-Modells
- Der Service-Mitarbeiter als Informations- und Markenträger
- Servicequalität als Verkaufsargument
- Begeisterndes Fan-Marketing: Die Nachhaltigkeit gibt den Ausschlag

Dr. Christoph Schumacher

Storytelling, Testimonials, Emotionalisierung: Steigerung der Service-Kommunikation

- Storytelling und Emotionalisierung: Der Service kann's
- So machen Sie die Immaterialität des Kundenservices greifbar
- Fokus Interne Kommunikation
- Wie Testimonials helfen
- Perfektes Zusammenspiel und Schnittstellen-Management zwischen Kundenservice, Kommunikation, Marketing und Vertrieb

Dr. Christoph Schumacher

Zusammenfassung der Seminarergebnisse und abschließende Diskussion

Seminarzeiten

1. Seminartag: ab 8.45 Uhr Empfang mit Tee und Kaffee, Ausgabe der Seminarunterlagen

	Beginn des Seminars	Business Lunch	Ende des Seminars
1. Seminartag	9.30 Uhr	12.45 Uhr	ca. 18.00 Uhr
2. Seminartag	9.00 Uhr	12.30 Uhr	ca. 17.00 Uhr

An beiden Tagen sind Kaffee- und Teeпаusen in Absprache mit den Referenten und Teilnehmern vorgesehen.

Stimmen zu Management Circle-Seminaren

- „Genau die Infos, die ich benötigt habe! Was will man mehr?“ N. Paatsch, ERGO Versicherungsgruppe AG
- „Rundum gelungen – das Investment hat sich voll ausgezahlt!“ D. Klein, Luxion AG Vertriebsbüro Süd
- „... und plötzlich war es 18 Uhr. Super spannend und lehrreich!“ H. Scheuerer, Mannheimer MORGEN Großdruckerei und Verlag GmbH

Warum dieses Seminar wichtig für Sie ist

Laut einer aktuellen weltweiten Marktstudie gehen deutschen Unternehmen durch schlechten Kundenservice jährlich mehr als 12 Milliarden Euro verloren. 66 Prozent der in dieser Studie befragten Verbraucher haben aufgrund schlechter Erfahrungen mit dem Kundenservice ihre Geschäftsbeziehungen zum Unternehmen abgebrochen.

Ein exzellenter Kundenservice stellt somit einen entscheidenden und geschäftskritischen Faktor für Ihren nachhaltigen Unternehmenserfolg dar!

Was Sie hier lernen

Lernen Sie in diesem Seminar, wie Sie Ihren Kundenservice vom Kostentreiber zum Erfolgsgaranten machen.

Sie erfahren, an welchen Stellschrauben Sie – auch unter Budgetdruck – drehen können, um **Ihren Kundenservice und Kundendialog im Multikanal nachhaltig zu optimieren.**

So profitieren Sie

Die Experten geben Ihnen **konkrete Methoden** und **Instrumente** an die Hand. Sie profitieren von zahlreichen Best-Practice-Beispielen und top-aktuellen Studienergebnissen.

Sie lernen dabei keine trockene Theorie, sondern erhalten viele direkt umsetzbare Tipps und Empfehlungen für Ihren Arbeitsalltag.

Ihre Themen auf einen Blick

- **Emotionale Kundenbindung:** So machen Sie aus Kunden Fans!
- **Servicequalität:** So messen, verstehen und steigern Sie die Servicequalität!
- **Kundensegmentierung:** So optimieren Sie Ihre Kundensegmentierung als Basis für einen differenzierten Kundenservice!
- **Kundendialog im Multikanal:** So stellen Sie eine perfekte Abstimmung der einzelnen Kanäle sicher!
- **Social Media im Kundendialog:** So nutzen Sie das Social Web für Ihren Kundenservice!
- **Customer Experience Management:** So begeistern Sie Ihre Kunden an jedem einzelnen Kontaktpunkt!
- **Service Marketing:** So nutzen Sie Ihren Kundenservice als Markentreiber!

Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich bitte an oder schreiben Sie mir eine E-Mail.



Daniela Wolf

Daniela Wolf

Senior Konferenz Managerin

Tel.: 0 61 96/47 22-559

E-Mail: daniela.wolf@managementcircle.de



Roman Becker

ist geschäftsführender Gesellschafter der **forum! Gruppe** in Mainz mit den beiden Geschäftsbereichen forum! Marktforschung und forum! Marketing- und Kommunikationsberatung. Zu seinen Schwerpunkttätigkeiten zählen die Grundlagenforschung u.a. zu den Themen Kundenzufriedenheit, Kundenwert und Emotionale Kundenbindung sowie die Betreuung von Unternehmen bei der Analyse und Optimierung des Kundenservices und des Kundenbeziehungsmanagements. Er ist zudem Initiator des nationalen Wettbewerbs Deutschlands Kundenchampions®.



Alexander Körner

ist geschäftsführender Gesellschafter der **lemon5 – fresh consulting gmbh**, Offenbach, und Experte für strategisches Marketing und Unternehmensentwicklung. Sein Fokus liegt auf der Weiterentwicklung und Neuausrichtung aller marktgerichteten Aktivitäten im Zeitalter von Social Media. Zuvor hatte er diverse Geschäftsführungs- und Vorstandsposten inne, bei denen er für die Bereiche strategisches Marketing, Unternehmensentwicklung und Business Development verantwortlich zeichnete. Alexander Körner ist zudem Autor von Fach- und Buchbeiträgen.



Gabriele Neitzke

ist seit 2005 Bereichsleiterin Kundendialog bei der **ING-DiBa AG**. Sie ist verantwortlich für die Gesamtsteuerung Kundendialog an zwei Standorten, die Kunden und Interessenten rund um die Uhr an 365 Tagen betreuen. Zuvor war Gabriele Neitzke bei der debitel AG in Stuttgart, bei Avis rent a car in Oberursel und Manchester/UK sowie bei The Leading Hotels of the World, Ltd. in Frankfurt/M. als Contact Center Manager tätig.



Dr. Christoph Schumacher

ist Geschäftsführer der **forum! Marketing- und Kommunikationsberatung GmbH** in Mainz. Sein Beratungsschwerpunkt liegt auf der Analyse und Optimierung des unternehmerischen und organisationalen Beziehungsmanagements. Zuvor verantwortete Dr. Christoph Schumacher von 1996 bis 2009 die Bereiche Marketing und Kommunikation deutscher Weltmarktführer des Investitionsgüterbereichs. Zudem ist er als Lehrbeauftragter an der Universität Düsseldorf tätig.

AUCH ALS INHOUSE TRAINING

So individuell wie Ihre Ansprüche – Inhouse Trainings nach Maß!

Zu diesen und allen anderen Themen bieten wir auch firmeninterne Schulungen an. Ihre Vorteile: Kein Reiseaufwand – passgenau für Ihren Bedarf – optimales Preis-Leistungsverhältnis!

Ich berate Sie gerne und erstelle Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie mich an.



Dirk Gollnick
Tel.: 0 61 96/47 22-646
E-Mail: gollnick@managementcircle.de
www.managementcircle.de/inhouse



Bereits der
zweite Teilnehmer
desselben Unternehmens
erhält 10% Preisnachlass!

3 gute Gründe, dieses Seminar zu besuchen

- 1 Sie lernen, wie Sie über alle Kanäle einen perfekten Kundenservice und Kundendialog sicherstellen.
- 2 Sie erfahren, wie Sie Ihre Servicequalität – auch mit begrenzten Budgets – nachhaltig steigern.
- 3 Die Referenten zeigen Ihnen, wie der Einsatz von Social Media in Kundenservice und Kundendialog erfolgreich ist.

Wen Sie auf diesem Seminar treffen

Das Seminar richtet sich an **Fach- und Führungskräfte** der Bereiche **Kundenservice, Kundendialog, Kundenbindung, CRM, Kundenmanagement, Customer Care, Marketing, Kommunikation** und **Vertrieb** aus Unternehmen aller Branchen. Ebenso angesprochen sind **interessierte Vorstände** und **Geschäftsführer** sowie Mitarbeiter aus Agenturen und Unternehmensberatungen.

Termine und Veranstaltungsorte

20. und 21. September 2010 in Köln

Park Inn Köln City-West, Innere Kanalstraße 15, 50823 Köln
Tel.: 02 21/57 01-0, Fax: 02 21/57 01-999
E-Mail: reservierung.koeln@provenhotels.com

28. und 29. Oktober 2010 in München

Novotel München Messe, Willy-Brandt-Platz 1, 81829 München
Tel.: 089/994 00-0, Fax: 089/994 00-100
E-Mail: H5563-SB@accor.com


1. und 2. Dezember 2010 in Frankfurt/M.

Steigenberger Hotel Frankfurt-City, Lange Straße 5-9, 60311 Frankfurt/M.
Tel.: 069/219 30-0, Fax: 069/219 30-599
E-Mail: frankfurt-city@steigenberger.de

Zimmerreservierung

Für unsere Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

Ein Tipp: Unser Service-Team nennt Ihnen gerne günstige alternative Übernachtungsmöglichkeiten in der Nähe des Tagungshotels (Tel.: 0 61 96/47 22-700).

Mit der Deutschen Bahn ab € 109,- zur Veranstaltung.
Infos unter:
www.managementcircle.de/bahn 

Über Management Circle



Management Circle steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen. Die Management Circle AG zählt mit einem umfangreichen Weiterbildungsprogramm zu den **Marktführern** im deutschsprachigen Raum. Informieren Sie sich aktuell und umfassend unter: www.managementcircle.de

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.895,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollte mehr als ein Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem zweiten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Der perfekte Kundenservice

Ich/Wir nehme(n) teil am:

- 20. und 21. September 2010 in Köln** 09-65355
 28. und 29. Oktober 2010 in München 10-65356
 1. und 2. Dezember 2010 in Frankfurt/M. 12-65357

1 Name/Vorname _____
 Position/Abteilung _____

2 Name/Vorname _____
 Position/Abteilung _____

3 Name/Vorname _____
 Position/Abteilung _____

Firma _____
 Straße/Postfach _____
 PLZ/Ort _____
 Telefon/fax _____

E-Mail _____

Datum _____ Unterschrift _____

Ansprechpartner/in im Sekretariat: _____

Anmeldebestätigung bitte an: _____ Abteilung _____

Rechnung bitte an: _____ Abteilung _____

Mitarbeiter: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

Datenschutzhinweis

Die Management Circle AG und ihre Dienstleister (z.B. Lettershops) verwenden die bei Ihrer Anmeldung erhobenen Angaben für die Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen Angebote zur Weiterbildung auch von unseren Partnerunternehmen aus der Management Circle Gruppe per Post zukommen zu lassen. Unsere Kunden informieren wir außerdem telefonisch und per E-Mail über unsere interessanten Weiterbildungsangebote, die den vorher von Ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn, unter datenschutz@managementcircle.de oder telefonisch unter 06196/4722-500 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

Anmeldung/Kundenservice

Telefon: **+49 (0) 61 96/47 22-700**
 Fax: **+49 (0) 61 96/47 22-999**
 E-Mail: **anmeldung@managementcircle.de**
 Internet: **www.managementcircle.de/09-65355**
 Postanschrift: **Management Circle AG
 Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.**
 Telefonzentrale: **+49 (0) 61 96/47 22-0**

