



ZFU Marketing & Sales Academy

08. – 09. März 2012

07. – 08. März 2013

Customer Focus & Relationship: Kunden finden, binden & begeistern

Mit Best-Practice-Cases von Allianz und Swisscom

- **Strategie: Modernes Touchpoint-Management als solide Basis für Ihren Erfolg**
Identifizieren und steuern Sie strategisch wichtige Kontaktpunkte für mehr Kundennähe
- **Kundenwert-Analyse: Profitabilität, Loyalität und Potenzial erfassen und bewerten**
Analysieren Sie Kundenbeziehungen und setzen Sie Ihre Ressourcen gewinnbringend ein
- **Kunden-Loyalität & Mitarbeiterführung: Der Mitarbeiter als Vertrauensvermittler**
Wie Sie Kundenorientierung unternehmensweit fördern und Mitarbeiter dafür gewinnen
- **Customer Experience Management: Mit System zu begeisterten Kunden**
Wie Sie Kundenbeziehung wirkungsvoll gestalten und einzigartige Erlebnisse schaffen

Gelebte Kundenorientierung

Kundenorientierung ist das übergeordnete Ziel zahlreicher Unternehmen weltweit. Dies wird nicht zuletzt durch die Tatsache deutlich, dass unter dem Schlagwort Customer Relationship Management über die strategische Bedeutung der Ausrichtung aller Unternehmensaktivitäten an den Bedürfnissen der Kunden diskutiert wird.

Ein umfassender Customer Focus geht jedoch viel weiter. Nicht zuletzt deshalb scheitern heute noch etwa 60% aller Kunden-Initiativen oder entfalten erst viel zu spät die gewünschte Wirkung.

An diesem Praxis-Seminar lernen Sie von den Referenten, wie Sie mit den täglichen Herausforderungen Ihrer Total Customer Focus-Praxis umgehen.

Arbeitsmethodik

Dieses Seminar basiert auf einer praxisnahen und systematischen Vorgehensweise. Sie erarbeiten Methoden und Tools und verstehen wie Sie das Erlernte in konkret umsetzbare Massnahmen für Ihr Unternehmen übersetzen. Die Experten vermitteln die Inhalte in Form von Referaten, Fallstudien, Workshops und Plenums-Diskussionen.

Der intensive Austausch und Know-how-Transfer mit den Referenten und Teilnehmern ist integrierter Bestandteil dieses Seminars.

Zielgruppe

- Geschäftsführer und Führungskräfte, die Ihr Unternehmen konsequent und direkt auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden ausrichten wollen
- Marketing- & Vertriebsverantwortliche

Arbeitszeiten

- 1. Tag: 09.00 – 18.00 Uhr
- 2. Tag: 08.30 – 17.30 Uhr

Referenten / ZfU-Faculty



Prof. Dr. Nils Hafner

ZfU Core-Faculty; Leiter des Customer Competencies Institut in Kreuzlingen. Nils Hafner gilt als internationaler Experte im Bereich Aufbau von Kundenbeziehungen und berät Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Er leitet den Bereich "Customer Focus" am Institut für Finanzdienstleistungen Zug der Hochschule Luzern und ist Dozent an diversen renommierten Hochschulen.



Mag. Herwig Wöhs

ZfU Visiting-Faculty; Head of CRM-Systems and Research Allianz Österreich. Er übernahm die technische Managementverantwortung für das erste Customer Care Center und konnte zahlreiche Innovationen für den österreichischen Finanzmarkt umsetzen. Unter seiner CRM-Verantwortung wurde das erste Kundenbindungsprogramm eines Finanzdienstleisters in Österreich eingeführt.



Pierre-Luc Marilley

ZfU Visiting-Faculty; Head of Customer Support, Swisscom AG, Bern. Swisscom hat seit deren Reorganisation 2007 sämtliche Kundenprozesse konsequent überarbeitet und ihr Angebot komplett am Kundennutzen orientiert.

Einstiegs- und Zielniveau

Ihre Firma weiss um die zentrale Bedeutung eines konsequenten Kundenfokus und ist bestrebt, dieses Führungs- und Organisationsprinzip professionell und durchgängig zu gestalten. Sie suchen konkrete Methoden und Instrumente, welche Sie in der Erarbeitung und Umsetzung einer kundenzentrierten Unternehmensführung erfolgreich einsetzen können.

Ihr Nutzen – warum Sie teilnehmen sollten:

- Durch die ganzheitliche und praxisorientierte Betrachtung erkennen Sie die Erfolgsmuster der kundenzentrierten Unternehmensführung und entwickeln Lösungen zu Ihren aktuellen Fragestellungen.
- Sie richten Ihre eigenen Unternehmensprozesse und -ressourcen gezielt auf die Kundenprozesse und -nutzen aus, und fördern dadurch Effizienz und Effektivität in Ihrer Organisation.
- Sie erkennen die zentralen Stellhebel für eine erfolgreiche Implementierung von umfassenden Customer Focus-Initiativen und erhalten Einsicht in die Praxis von führenden Unternehmen.

Das Seminarprogramm

Ganzheitliches Touchpoint-Management: Solide Basis für erfolgreiche Kundenorientierung

- Kundenorientierung als langfristiger Erfolgsfaktor
- Welche zentralen Gestaltungsfelder zur systematischen Erschließung Ihrer Kundenpotenziale relevant sind
- Wie Sie die wichtigsten Kontaktpunkte gezielt identifizieren, evaluieren und nutzen
- Wie Sie echte Differenzierung und Nähe zu Ihren Kunden schaffen

Workshop: Customer Focus

- Wie Sie realistische Ziele im Sinne eines umfassenden Customer Focus setzen
- Welche Massnahmen Sie zur Zielerreichung ergreifen müssen

Kundenwert-Analyse: Die wirklich relevanten Kennzahlen im Kundenbindungs-Prozess

- Wie Sie relevante Key Performance Indicators ermitteln und messen
- Wie Sie Profitabilität, Loyalität und Cross-Selling-Potenzial Ihrer Kunden korrekt messen
- Segmentierung: Wie viele Ressourcen Sie in welche Kunden investieren sollten

Best Practice Case: Allianz Versicherung Kundenbindung im Dienstleistungssektor

- Kunden erkennen und verstehen – das CRM Rad
- Kundendaten: Friedhof oder Goldgrube
- Kundenwertorientierte Produkte und Services
- Der Wow-Effekt und die Auswirkungen auf X- und Upselling, Stornoverhalten und Neukunden-Gewinnung

Mag. Herwig Wöhs

Kundenorientierung in schlagkräftige Organisations-Strukturen und Kulturen übersetzen

- Welche Punkte Sie beim Aufstellen der internen Organisationsstruktur beachten müssen
- Wie Sie abteilungsübergreifende Prozesse managen
- Erfolgsfaktor Prozessqualität: Was alle Kunden von Ihnen erwarten und was Sie liefern müssen
- Wie Sie ein tragendes Beziehungsnetz zu Ihren Kunden aufbauen und pflegen

Kundenloyalität & Mitarbeiterführung: Mitarbeiter als Vertrauensvermittler

- Wie Sie als Führungskraft zum glaubwürdigen Enabler für Kundenorientierung werden
- Wie Sie konsequente Kundenorientierung in allen Hierarchiestufen verankern und zum Tragen bringen
- Total Customer Focus als Leadership-Tool: Wie Sie kundennahes Coaching gestalten

Best Practice Case:

Swisscom: Total Customer Satisfaction

- Den Kunden im Unternehmen konsequent sichtbar und spürbar machen
- Transparenz bei den Kundenprozessen schaffen
- Dem Wandel proaktiv begegnen: Betroffene zu Beteiligten und (Mit-)Gestaltern machen

Pierre-Luc Marilley

Customer Experience Management

- Wie Sie sämtliche Kundenkontaktpunkte systematisch visualisieren, analysieren und optimieren
- Vom Critical Incident zum Wow-Effekt: So gelangen Sie zu herausragender Service-Innovation

Workshop: Customer Experience

- Wie Sie Potenziale für die Gestaltung aussergewöhnlicher Kundenerlebnisse in Ihr Unternehmen ermitteln
- Wie Sie die Übersetzung dieser Kundenerlebnisse in Ihre Produkte angehen müssen

Social Media und Communities: Die Trends in der Kundenbindung

- Wie Sie das Web 2.0 für Ihren Total Customer Focus nutzen können – Blogging, Social CRM und die neue Macht des Kunden
- Warum Communities für eine konsequente Kundenorientierung wichtig sind
- Wie Sie sich auf die kommenden Entwicklungen im Kundenbeziehungsmanagement vorbereiten können

« **Fundierte Vermittlung relevanter Erfolgsfaktoren im Kundenmanagement:
Interessante neue Ansätze, viel Praxisnähe und direkte Umsetzbarkeit.** »

Preise

ZfU Mitglieder CHF 2670.– / EUR 2225.–

Standardpreis CHF 2880.– / EUR 2400.–

Im Seminarpreis inbegriffen sind die Mittagessen, Pausenerfrischungen und die ausführliche Semindokumentation.

Besuchen mehrere Personen des gleichen Unternehmens denselben Seminartermin, erhält jeder weitere Teilnehmer 15% Ermässigung (Preis- und Wechselkursänderungen vorbehalten).

Annulationsbedingungen: 45 Tage vor Termin 50%; 30 Tage vor Termin 100% (www.zfu.ch/agb). Änderungen von Preis, Umrechnungskurs und Seminarinhalte vorbehalten.

Weiterbildungs-Credits: An dieser Veranstaltung werden bis zu 100 Weiterbildungs-Credits angerechnet. (1 Credit = 1 CHF). Ihren Weiterbildungscredit-Saldo finden Sie auf www.myzfu.ch

Veranstaltungsorte

08. – 09. März 2012

Hotel Belvoir ****

Säumerstrasse 37, CH-8803 Rüschlikon am Zürichsee
Tel. +41 44 723 83 83; www.belvoirhotel.ch

Transfer: PW: 5min. ab Zürich / ÖV: 45min. ab Zürich Airport

Einzelzimmerpreise: ab CHF 225.–/EUR 188.–

07. – 08. März 2013

Panorama Resort & Spa ****

Schönfeldstrasse, CH-8835 Feusisberg am Zürichsee
Tel. +41 44 786 00 00, www.panoramaresort.ch

Transfer: PW: 35min. ab Zürich / ÖV: 90min. ab Zürich Airport

Einzelzimmerpreise: ab CHF 170.–/EUR 142.–

Gerne reservieren wir für Sie ein Zimmer zu unseren Spezialkonditionen.



Profitieren Sie doppelt!

Dieses Seminar können Sie als Bestandteil des zertifizierten **Marketing Management Lehrgangs** buchen. Mit den Themen innovative Marketing-Strategien und Branding erhöhen Sie Ihre Schlagkraft zusätzlich! Mehr Informationen zum kompletten Lehrgang erhalten Sie unter:

www.zfu.ch/weiterbildung/seminare/mmlt.htm

Beratung / Kontakt

Lukas Schroth

Projektleiter Marketing & Sales Academy

Tel. +41 44 722 85 06

E-Mail: lukas.schroth@zfu.ch

Anmeldung **Customer Focus & Relationship: Kunden finden, binden & begeistern**

Fax: Talon ausfüllen oder **Visitenkarte** anheften & faxen an **+41 44 722 85 86**

Telefon: Customer Care Center **+41 44 722 85 01**

Internet: <http://www.zfu.ch/weiterbildung/seminare/kumt.htm>

Herr Frau

Name/Vorname

Firma

Telefon/Mobile/Fax

E-Mail

Funktion/Abteilung

Strasse/Postfach

Firmenadresse Privatadresse

Land/PLZ/Ort

Ich nehme an **folgendem Termin** teil:

08. – 09. März 2012, Rüschlikon am Zürichsee

07. – 08. März 2013, Feusisberg

Ja, ich möchte ein **Hotelzimmer reservieren:**

Einzelzimmer

Doppelzimmer

von

bis