

Beziehungsmanagement – Kundenbeziehungen aufbauen & pflegen

PROFIL	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
DAUER	3 Stunden
TERMINE ORT	Termin und Ort bzw. Online-Portal nach Absprache
INHALTE	Beziehungsmanagement – Die emotionale Bindung der Kunden und Entscheider <ul style="list-style-type: none">• Theorien und Statistiken zum Beziehungsmanagement• Sinn und Zweck des Beziehungsmanagements• Beziehungen auch online pflegen Die Pflege der Kunden - Die Facetten des Beziehungsmanagements <ul style="list-style-type: none">• 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 <ul style="list-style-type: none">• Persönliche Stärken, Schwächen, Chancen & Risiken im Beziehungsmanagement