

CRM in der Praxis | 08./09. März 2012

Praxisseminar, getrennt buchbar, Leonardo Royal Hotel Munich

DAS BEWÄHRTE
PRAXISSEMINAR
ZU ALLEN ASPEKTEN
INKLUSIVE
ANALYTISCHES CRM
UND SOCIAL CRM

NEU: MIT EINER
LIVE-DEMO
DATA-MINING

Strategien, Methoden und Praxiswissen für erfolgreiches Kundenmanagement

Ihr Nutzen

Ziel dieses Praxis-Seminars ist es, Ihnen einen Rahmen (CRM Baukasten) vorzustellen, in dem Sie alle Kundenmanagement-Aktivitäten einordnen können und mit dessen Hilfe Sie schnell und effektiv identifizieren können, an welchen Themen Sie arbeiten müssen, um so das komplexe Thema zu bewältigen. Das Seminar ist mit vielen praktischen Übungen, Fallbeispielen und Best Practices angereichert und liefert Ihnen viele Impulse für Ihr persönliches CRM. Ein Self-Assessment wird Ihnen aufzeigen, wie Ihr Reifegrad bei den unterschiedlichen CRM-Modulen ist und wo Sie Ihre künftigen Schwerpunkte setzen sollten. Wo sinnvoll, wird auch auf die aktuellen Trends im Bereich Social Marketing eingegangen.

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich – unabhängig von Ebene, Funktion und Branche – an alle, die mit Kundenmanagement und CRM zu tun haben:

- › Geschäfts- und Unternehmensleitung
- › Leiter CRM, Produktmanagement, Marketing, Services, Vertrieb

Referenten



Kerstin Köder,
Director Marketing, freenet AG/ mobilcom
Communicationstechnik GmbH, Kiel



Dr. Klaus-Peter Huber,
arvato infoscore -
Geschäftsbereich Risk Management

Zeitraumen des Seminars

08. März 2012: 9.00 - 17.00 Uhr

09. März 2012: 8.30 - 15.30 Uhr

Inhalt

Einführung Kundenmanagement

- › CRM als Paradigmenwechsel
- › Begriffsklärung, Wertschöpfungskette im CRM

Unternehmensweite Kundenstrategie

- › Bestandteile und Kriterien einer Kundenstrategie,
- › Segmentierung als wesentliches Element in der Theorie und in der Praxis

Unternehmenskultur, Kundenkultur und Führung

- › In fünf Schritten zu zufriedenen Mitarbeitern
- › Praxisbeispiel Einführung einer CRM-Komponente
- › Self-Assessment Leadership

Transparente Kundenorganisation

- › Strategie und Organisationsentwicklung
- › Bewertung verschiedener Organisationskonzepte

Integration von Wirtschaftlichkeit und Steuerung

- › CRM-Controlling: Methoden zur Messung und Steuerung
- › Praxisbeispiel CRM-Cockpit in der Versicherung
- › Die wichtigsten CRM-Kennzahlen u. Kundenwertmodelle

Management der Kundenkontakte

- › Erleben und Gestalten der Kontakte
- › Praxisbeispiel Multichannel-Management bei debitel

Aktuelle Trends im CRM

- › Operatives versus analytisches CRM
- › Social CRM

Anpassung von IT-Systemen

- › Basiswissen Database Marketing & Datamining
- › Effektives Kundendatenmanagement
- › Praktische Empfehlungen zum Projektmanagement bei CRM-Software-Projekten

Praxishandbuch Kundenmanagement

Jeder Teilnehmer erhält ein Exemplar:
Brasch, Cam-Mai / Köder, Kerstin / Rapp, Reinhold
Praxishandbuch Kundenmanagement
1. Auflage - April 2007

