



# Modul

Customer Relationship Management

Preis  
Details

Anmelde-Nr.

RT26-00047

**Termin**

09.01.2026 - 27.02.2026

1.950,00 €

**Bronze 1.852,50 €**

**Silber 1.813,50 €**

**Gold 1.755,00 €**

**Platin 1.716,00 €**

Diese Veranstaltung richtet sich an  
Führungskräfte und  
Spezialisten  
Optimieren Sie Ihre  
Kundenbeziehungen  
wirkungsvoll! Für den  
Unternehmenserfolg ist die  
erfolgreiche Pflege von  
Kundenbeziehungen von  
entscheidender Bedeutung.  
Customer Relationship  
Management (CRM) ist ein  
ganzheitlicher Ansatz zur  
kundenorientierten  
Unternehmensführung. So

erkennen Sie profitable  
Kunden, "ese möglichst  
dauerhaft"s

Unternehmen"nden. In diesem  
Modul erwerben Sie  
umfassendes und  
praxisorientiertes CRM-Know-  
how und lernen die wichtigsten  
Methoden und Systematiken  
zur Etablierung eines  
gelingenden  
Kundenbeziehungs-  
Managements im Vertrieb  
kennen.



# Wir beraten Sie gerne.



**Michelle Schneider**

Produktmanagerin

[+49 2602 14-174](tel:+49260214174)

[michelle.schneider@adg-campus.de](mailto:michelle.schneider@adg-campus.de)

## **Beschreibung**

Der Auf- und Ausbau einer Kundenbeziehung hat für jedes Unternehmen oberste Priorität. Um am Markt erfolgreich zu sein, müssen Kundenbeziehungen kontinuierlich gepflegt, überprüft und optimiert werden. Unter dem Stichwort Customer Relationship Management (CRM) fasst man Aspekte der Kundenpflege, der Kundenbindung, der Neukundengewinnung und der Kundenrückgewinnung zusammen. Zur erfolgreichen Umsetzung des Kundenmanagements bedarf es eines adäquaten Reportings und einer gründlichen Abweichungsanalyse. Schließlich sollen sämtliche Teilaspekte des CRM dem Ziel dienen, den Wert für den Kunden zu steigern.

## **Inhalte**

- Grundbegriffe und Grundlagen des CRM
- Kundenbeziehungsmanagement im Rahmen des CRM
- Einführung eines CRM – Konzeption, Implementierung und Change-Faktoren
- Aktuelle Trends
- Methoden der Informationsbeschaffung und Kunden-Segmentierung
- Methoden zur Ableitung der Beratungs- und Betreuungsleistungen, Zielpportfolios, Ressourcen-Relationen
- Struktur der Vertriebssteuerung, des Reportings und der Abweichungsanalyse

## **Nutzen**

- Sie werden dazu befähigt, sich umfassend mit Ihren Kunden auseinanderzusetzen, mit dem Ziel, das Kundenmanagement in Ihrem Unternehmen zu professionalisieren.
- Sie erwerben CRM-Kompetenzen, um Aufgaben im Marketing, im Vertrieb, im Service sowie in anderen kundennahen Bereichen erfolgreich zu bewältigen.
- Sie erlernen analytische Methoden anzuwenden sowie mit Blick auf deren Nutzen zu urteilen.
- Sie erlangen ein tiefgehendes Verständnis dazu, wie Sie Ihre Beziehung zu Kunden nachhaltig gestalten können

## **Dozenten**

Prof. Julia Naskrent, Professorin für Marketing | FOM Hochschule GmbH

Ihre mit dem Rolf-H.-Brunswig-Preis ausgezeichnete Promotion erfolgte im Zuge der Tätigkeit als wissenschaftl. Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Marketing an der Universität Siegen. Sie forscht verhaltenswissenschaftlich und ist

Leiterin des Kompetenzzentrums für Marketing"r FOM.

---