



Workshop

Know-Wow-Management – die Kunst Menschen"geistern

Preis
Details

Anmelde-Nr.

ST24-00977

Termin

09.12.2024 - 10.12.2024

1.840,00 €

Bronze 1.748,00 €

Silber 1.711,20 €

Gold 1.656,00 €

Platin 1.619,20 €

Diese Veranstaltung richtet sich an

Führungskräfte und

Spezialisten

Sie möchten ein professionelles

Customer Experience

Management aufbauen und das

mit den geeigneten Methoden,

Tools und einem

Wissensvorsprung? Lernen

Sie"serem Seminar, wie Sie
Ihren Kundendialog effizient
und nachhaltig darstellen.
Erfahren Sie, wie Sie sich"n
sozialen Netzwerken
zielführend präsentieren und
interagieren. Schaffen Sie
professionelle
Kundenerlebnisse und steigern
Sie den Vertrieb Ihres Hauses.

Wir beraten Sie gerne.



Lukas Fasel

Experte Projektmanagement, Arbeitsmethodik und Webinar-Technologie

[+49 2602 14-278](tel:+49260214278)

lukas.fasel@adg-campus.de

Beschreibung

Ein modernes und nachhaltiges Experience Management für Kunden braucht ein professionelles Fundament: gemeinsam identifizieren wir Touch-/Trustpoints inklusive Storytelling, sprechen über Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und den Königsweg zur Weiterempfehlung. Den Rahmen bildet das Social Sellings und die maximale Kunden-Orientierung. Dies tun wir praxisnah, direkt anwendbar und maximal transparent.

Amazon tut es, IKEA tut es, REWE, Audi und Co. ebenfalls: Starke Marken gestalten gemeinsam mit ihren Kunden die Zukunft – direkt, persönlich und stark vernetzt. Denn wer, wenn nicht der Kunde selbst, weiß, was und wann sich gut aufgehoben fühlt, eine Weiterempfehlung auszusprechen oder ein positiver Markenbotschafter in? Customer Experience Management heißt das Zauberwort – ein ganzheitlicher Management-Ansatz mit dem ambitionierten Ziel, die Customer Journey, also die Reise des Kunden, in der Beratung vom Anfang bis zum Ende zu steuern und das Kundenerlebnis mit der Marke zu perfektionieren. Immer mit dem Blick auf das richtige Wertversprechen und die richtigen Hebel für den Geschäftserfolg. Kunden binden und Kunden gewinnen sind die beiden Königsdisziplinen im Vertrieb. In den aktuellen Zeiten und in der kommenden Zukunft ist und wird diese Aufgabe vielschichtiger, individueller und vor allem persönlicher denn je.

Dabei gilt es, den kontinuierlichen Dialog mit den Kunden zu suchen, sie einzuladen Feedback zu geben und ihre Meinungen und Erfahrungen zu teilen und stets erreichbar zu sein. Aber vor allem kommt es an, gute Fragen methodisch richtig und zielgenau zu formulieren und aus den gewonnenen Erkenntnissen täglich relevante Handlungsempfehlungen abzuleiten. Denn die Wahrheit liegt beim Kunden. Dieser legt die Messlatte jeweils für Sie auf, die Sie überwinden gilt ihm glücklich zu machen. Denn das starke Gefühl nach Sicherheit, Vertrauen, Akzeptanz und Selbstwert sind der Antrieb unser jeder Entscheidung für oder gegen eine Leistung. Denn: wir blicken ganzheitlich auf die Reise des potenziellen und bestehenden Kunden. Nur durch Customer Experience

Management Sinn und resultiert dauerhaft in unserer Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlung. Und zufriedene Kunden von heute sind nun mal die Kunden von morgen – treue Fans, die einer Marke immer wieder ihr Vertrauen schenken und Ihr Wertversprechen am Markt und somit Ihre Leistung in die Welt tragen. Alle Kunden sind vernetzt. Alles ist verbunden. Somit bedarf einer Omni-Channel-Strategie, um Kunden sauber zu binden und zum Dialog zu bewegen.

Das Zauberwort für das kanalübergreifende Austauschen mit Ihren Kunden heißt: Social Selling. Denn Menschen kaufen von Menschen. Gerade bei beratungsintensiven Leistungen und Produkten müssen Menschen miteinander in Austausch gehen, um eine zufriedenstellende Lösung zu finden. Die Technik wird schnell nicht den Menschen im Rahmen ersetzen können. Aber umgekehrt können wir sehr gut die digitale Transformation unseres Alltags nutzen, um stetig zu lernen, zu trachten, zu werten und automatisierte Prozesse für uns arbeiten lassen. Mit einer ansprechenden und relevanten Präsenz in ausgewählten Netzwerken und dem gezieltem Teilen von Themen lassen sich Reichweite, Reputation und Mehrwerte 24 Stunden, sieben Tage die Woche von selbst generieren. Unsere Kunden sind sehr häufig online unterwegs. Manche Kunden konsumieren nur, andere senden und produzieren selbst Inhalte. Das digitale Ökosystem ist mächtig, liefert uns ständig neue Erkenntnisse und bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Kunden besser einschätzen und ihren Wünschen besser nachzukommen. Die Währung der Zukunft sind Ideen und digitalen Daten Ihrer potenziellen und bestehenden Kunden. Die Mündigkeit Ihrer Kunden, die Vergleichbarkeit von Leistungen und Produkten lassen nur einen Weg zu, erfolgreich zu sein und Umsatz zu generieren: Customer Centricity. Das Sammeln von Informationen ist die eine Sache, die Nutzung und Bereitstellung für Ihre Kollegen die andere. Wenn Sie zum Beispiel den Namen des Hundes Ihres Kunden kennen, können Sie sich nach seinem Befinden erkundigen. Haben Sie ein sauberes Kundenbild angelegt, können Sie viele Stellschrauben zur Beratung bewegen. So können Sie Kundenaktivitäten ablegen, jede Entscheidung transparent machen und stetig das Bild des Kunden verfeinern.

An zwei Seminartagen können Sie für sich und Ihr Team neue Wege der Kundenzentrierung mitnehmen. Wir blicken tief in den Kopf des Kunden, zeigen Strategien auf, lösen Knoten in der Kundenreise und schaffen Mehrwerte ohne den Alltag komplett zu verändern, sondern eher zu vereinfachen und die Werkzeuge parat zu haben.

Inhalte

- Werkzeuge zur Bindung und Gewinnung von Neukunden via individueller Omni-Channel-Strategie
- Analyse und Bewertung von Kunden (Persona), um fair zu handeln, zu raten und zu verkaufen
- Empfehlungsdialog gewinnbringend aufbauen und ggfs. mit bestehenden Tools verbinden
- Customer Centricity denken können, um eine maximale Kundenzufriedenheit herzustellen

Nutzen

- Sie erhalten praxisnah und hundertfach erprobtes Werkzeug, um Ihren Kundendialog effizient und nachhaltig zu führen.
- Sie erfahren, wie man Kunden besser verstehen kann bzw. mit digitalen Hilfen eine Persona entwickelt.
- Sie lernen selbst Berührungspunkte mit Ihren Kunden zu identifizieren, Schnittstellen festzustellen und führen anders Dialog (Storytelling).
- Sie bekommen verschiedene Optionen aufgezeigt, sich in sozialen Netzwerken zielführend zu engagieren und adäquat zu reagieren.
- Sie erhalten einen Einblick, wie Sie Kundendaten interpretieren, optimal dokumentieren und in Ihren Workflow integrieren.
- Sie lernen, welche Messinstrumente Sie zum Aktivitäten- und Ergebniscontrolling einsetzen können, um eine transparente Umsetzung auf allen Ebenen zu ermöglichen.

Dozenten

Nico Gundlach, Bestes Pferd im Stall GmbH & Co. KG

Nico Gundlach ist Geschäftsführer der Markenagentur "Bestes Pferd im Stall". Sein Leidenschaftsthema ist die „Kreative Transformation von Organisationen“. Als Pitch- & Storytelling-Spezialist bereitet er außerdem UnternehmerInnen, Marketer und Führungskräfte auf Angebots-, Wettbewerbs- oder Leadership-Präsentationen vor.

Daniel Petersen, Bestes Pferd im Stall GmbH & Co. KG

Daniel Petersen ist Agenturleiter, Dozent und Experte für Marken, Neuromarketing & Customer Centricity. Er berät Unternehmen, Marken und Menschen im Bereich Positionierung, Branding, Marketing & Touchpoints. Er teilt sein Wissen seit 11 Jahren als Dozent an Akademien und Hochschulen wie der FOM und der AfAK.
