



Modul

Customer Relationship Management

Preis
Details

Anmelde-Nr.

KTGR000664

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

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, Zielformen, 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 tiefergehendes 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

