

Customer Relationship Management

Buchungsnummer
RT23-00119

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.

Veranstaltungsart
Modul
Dauer (in Tagen)
3
Termin
16.01.2024 - 27.02.2024
Zu erreichender Abschluss
Teilnahmebescheinigung
Workload (in h)
30

Preis
1.950,00 €

Bronze **1.852,50 €**

Silber **1.813,50 €**

Gold **1.755,00 €**

Platin **1.716,00 €**

Aktions- und Gutscheincodes werden"iteren Bestellprozess berücksichtigt.

Beschreibung

Der Auf- und Ausbau einer Kundenbeziehung hat für jedes Unternehmen oberste Priorität. Um am Markt erfolgreich"in, 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"rner eines adäquaten Reportings und einer gründlichen Abweichungsanalyse. Schließlich sollen sämtliche Teilaspekte des CRM dem Ziel dienen, den Wert für den Kunden"n 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, Zielportfolios, Ressourcen-Relationen
- Struktur der Vertriebssteuerung, des Reportings und der Abweichungsanalyse

Nutzen

- Sie werden dazu befähigt, sich umfassend mit Ihren Kunden auseinander"tzen, mit dem Ziel. das Kundenmanagement in Ihrem Unternehmen"ofessionalisieren.
- Sie erwerben CRM-Kompetenzen,"e Aufgaben im Marketing, im Vertrieb, im Service sowie"deren kundennahen Bereichen erfolgreich"wältigen.
- Sie erlernen analytische Methoden anzuwenden sowie mit Blick auf deren Nutzen"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"r Universität Siegen. Sie forscht verhaltenswissenschaftlich und ist Leiterin des Kompetenzcentrums für Marketing"r FOM.