



Mitgliedernutzen

Buchungsnummer

ST23-01148

Diese Veranstaltung richtet sich an:

LeistungsträgerInnen aus Verbundgruppenunternehmen

Sie wollen wissen wie Sie als Verbundgruppe dauerhaft und erfolgreich relevant für Ihre Mitglieder bleiben? Abgestellt auf die wesentlichen Aspekte des Mitgliedernutzens, lernen Sie in diesem Modul Methoden kennen, die Sie wertbringend in Ihrer Praxis einsetzen können und somit aktiv auf Ihre Relevanz Einfluss nehmen.

Veranstaltungsart

Modul

Termin

03.07.2023 - 04.07.2023

Preis

1.890,00 €

Gold 1.701,00 €

Aktions- und Gutscheincodes werden im weiteren Bestellprozess berücksichtigt.

Beschreibung

In einer zunehmend Online-Welt müssen Mitgliedsorganisationen der digitalen Transformation Priorität einräumen und neue Wege schaffen, um auch mit der nächsten Generation der Mitglieder in Kontakt zu treten und mit ihr zu interagieren. Kurz gesagt, sie müssen sich zunehmend einer kundenorientierten Strategie zuwenden, um relevant zu bleiben.

Um den Mitgliedernutzen in Verbundgruppen zu optimieren, ist das Bedürfnisspektrum der Mitglieder in seiner ganzen Bandbreite, die über ein rein ökonomisches Kalkül hinausgehen, zu erfassen. Mit Hilfe des Member Value Ansatzes lernen Sie in diesem Baustein Methoden und Handlungsoptionen kennen, die Sie in Ihre Praxis erfolgreich einbringen können. Durch den intensiven Erfahrungsaustausch in diesem Präsenzbaustein haben Sie die Chance Einblick in die Verbundgruppen Ihrer Mit-Teilnehmenden zu erhalten und voneinander zu lernen.

Inhalte

- Wie kann im Rahmen der gesellschaftlichen und ökonomischen Transformation durch Digitalisierung der Mitgliedernutzen in Verbundgruppenunternehmen erhöht werden?
- Bedürfnisspektrum der Mitglieder
 - Welche Dimensionen der Bedürfnisse bilden die Verbundgruppenunternehmen ab.
- Das Konzept des Member Value Ansatzes
- Möglichkeiten der Erhöhung des Member Value
 - Member Value messbar machen
- Ableitung der zukunftsicheren Orientierung an Wünschen und Nutzen der Mitglieder.

**Inhalte unter Vorbehalt aufgrund der aktuellen konzeptionellen Erarbeitung.*

Nutzen

- Sie lernen Methoden kennen, um den Kundenwert zu bestimmen. Daraus erarbeiten Sie Handlungsoptionen für den Einsatz in Ihrer Verbundgruppe.
- Sie lernen Aspekte kennen, die insbesondere vor dem Hintergrund der digitalen Transformation, den Mitgliedernutzen erhöhen können.
- Durch den methodisch begleitenden Erfahrungsaustausch in diesem Baustein, profitieren Sie von den Erfahrungen und Lösungsansätzen Ihrer Mit-Teilnehmenden aus anderen Verbundgruppen.

Dozenten



Professor Dr. Andreas Kaapke ist seit dem 1. September 2010 Professor für Handelsmanagement und Handelsmarketing an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg – Stuttgart im Studienzentrum Handel und

zugleich Inhaber der Prof. Kaapke Projekte. Zudem verantwortet Kaapke seit März 2015 im Masterprogramm der Dualen Hochschule für Gesamt-Baden-Württemberg den Master in der Studienrichtung General Business Management als Wissenschaftlicher Leiter. Zuvor war Kaapke von August 1996 bis Ende Juni 2010 Geschäftsführer des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln (IfH) und der dort angesiedelten Wirtschaftstochter Institut für Handelsforschung GmbH. Kaapke ist in Wirtschaftswissenschaften promoviert. Er war und ist an zahlreichen Hochschulen und Akademien als Dozent bzw. Lehrbeauftragter tätig (z.B. an der Universität Köln, an der Universität Hohenheim sowie den Berufsakademien in Stuttgart und Heidenheim).