Lost Customer: Kunden zurückgewinnen

Inhouse Durchführung

Seminarnummer:	INH855
Dauer:	5 Tage, nur firmenspezifisch
Ort, Termin:	zu vereinbaren
Sprache:	wahlweise Deutsch oder Englisch
Projektanfrage:	Bitte verlangen Sie ein massgeschneidertes Angebot für ein firmenspezifisches Projekt unter: **www.sgbs.ch/inh855**

Beratung und Infos:
Telefon: +41 71 225 40 80
Mail: inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Wer Kunden als den grössten Wert des Unternehmens betrachtet, sollte dieses Seminar besuchen. Wer die Möglichkeit hat, unzufriedene Kunden und instabile Kundenbeziehungen wieder ins Lot zu bringen, ebenfalls. Wer für Kunden-Rückholprogramme zuständig ist, wird wertvolle Impulse und neues Wissen erhalten.

Seminarziele

Lernen Sie die neuen Erkenntnisse über den Umgang mit unzufriedenen, erbosten oder bereits abgewanderten Kunden! Um aus unzufriedenen Kunden Fans zu machen; um instabile Kundenbeziehungen neu zu verankern; um bereits verlorene Kunden ein zweites Mal für Ihr Unternehmen zu begeistern.

Aufbau

Sie besuchen zuerst ein 4-tägiges Seminar zum Thema Verkaufsmanagement, mit aktuellem Wissen zu den Erfolgskonzepten im Verkauf. Im Private Coaching (Teil 2) entwerfen Sie dann einen detaillierten, firmenspezifischen Aktionsplan zum «Lost Customer-Management».

Konzept

Nie hat ein Unternehmen eine bessere Chance, Kunden zu Fans zu machen, als in einer offenen Krise der Kundenbeziehung. Wenn der Kunde erbost ist, wenn er unzufrieden ist, reklamiert, nicht mehr kauft: Dies ist die Stunde des «Lost Customer Managements». Wenn wir jetzt richtig reagieren, haben wir die Möglichkeit, aus einem Konflikt eine richtig gute, intensive Vertrauensbeziehung mit Multiplikator-Wirkung auf Dritte aufzubauen.

Schwieriger ist es dort, wo der Kunde unzufrieden ist, ohne dass wir es merken. Unterschwellig teilt er seine Unzufriedenheit anderen mit, versorgt andere Kunden oder potenzielle Kunden mit negativen Botschaften über unser Unternehmen, unsere Leistungen, unsere Mitarbeiter. Je länger dies dauert, desto grösser der Schaden. Deswegen müssen wir alles tun, um abgewanderte oder verlorene Kunden schnellstmöglich zu identifizieren, zurück zu gewinnen oder zumindest so im Gespräch zu bleiben, dass wir später eine zweite Chance erhalten.

Jedes Unternehmen macht Fehler. Jedes Unternehmen produziert Unzufriedenheit und instabile Kundenbeziehungen. Jedes Unternehmen verliert Kunden. Den entscheidenden Unterschied aber macht die Art und Weise, wie damit umgegangen wird. Es braucht ein klares Konzept. Es braucht klare Verhaltensanweisungen an die Mitarbeiter. Es braucht allenfalls das Engagement des obersten Managements, um instabile Kundenbeziehungen aufzunehmen und verlorene Kunden zurückzuholen.

Themen

Instabile Kundenbeziehungen müssen repariert und verlorene Kunden zurück geholt werden. Wie vorgehen?

- Die Kundenbeziehung als zerbrechliches Gut
- Warum Kundenzufriedenheit immer wieder von neuem erarbeitet werden muss
- Wie schnell die Loyalität des Kunden verloren geht
- Kundenunzufriedenheit frühzeitig erkennen
- Instabilität in der Kundenzufriedenheit messen
- Was erboste Kunden wirklich wollen
- Warum Kunden abwandern und wie sie uns schaden können
- Aus unzufriedenen Kunden die Fans der Zukunft machen
- Bereits abgewanderte Kunden zurückholen
- Bei verlorenen Kunden eine neue Chance bekommen
- Organisatorische Verankerung des Kundenbeziehungs-Managements

Inhouse-Anfrage

Planen Sie eine firmenspezifisches Seminar? Ein massgeschneidertes Management Programm? Brauchen Sie einen engagierten Parner für Management Development oder Talententwicklung? Oder geht es darum, die Kompetenz unserer Business School für einen Workshop mit Vorständen, Geschäftsführern und Executives zu nutzen? Oder unsere Consultants dafür einzusetzen, Ihre zentrale Welt-Strategie in 100 Ländern gemeinsam mit dem lokalen Management umzusetzen: Vom 1-Tages-Workshop bis zum mehrjährigen Projekt:

Die St. Gallen Business School ist Ihr Partner für anspruchsvolle firmenspezifische Projekte. Lokal. National. Global.

Wir sind für Sie da!

Christian Abegglen
Dr. oec. HSG

Präsident des Verwaltungsrates der St. Galler Business School

Andreas Rippberger
Dipl. Betr.-Wirt.

Director Consulting Spezialist für Strategie und Umsetzung

Markus Müllner
Dr. oec. HSG

Director Corporate Programs Spezialist für Führung 4.0 und Strategie

Robert Neumann
ao. Univ. Prof. Dr.

Wissenschaftliche Leitung MBA-Studiengänge der St. Galler Business School

Inhouse Anfrage

Wir sind an einer Zusammenarbeit mit der St. Gallen Business School im Bereich eines firmenspezifischen Projekts interessiert und bitten um Ihre Kontaktaufnahme.
Anfrageformular im Internet: **www.sgbs.ch/inhouse-anfrage**

Angaben zur Durchführung

Programm

Hierarchische Stufe/Funktionen der Teilnehmer

Nummer

Gewünschter Durchführungszeitraum

Gewünschte Seminarsprache

Voraussichtliche Anzahl Teilnehmende

Angaben zur Kontaktperson

Firma

Anzahl Beschäftigte

Anrede

Strasse, Nummer

Vorname

PLZ

Name

Ort

Titel (nur wenn gewünscht)

Land

Abteilung

E-Mail Kontaktperson

Funktion

Telefon Kontaktperson

Was sagen unsere Kunden?

«Besonders hervorheben möchte ich dabei die konsequente Ausrichtung der Lehrmethoden an der Selbstbefähigung der Seminarteilnehmer.»

WITTENSTEIN

Dr. Manfred Wittenstein

«Die Trainings wurden inhaltlich sehr praxisnah gestaltet, darüber hinaus sind firmeninterne Inhalte mit eingeflossen. Daraus entstand ein hoher Umsetzungstransfer, der anhält.»

ALTANA

Annette Lampe, Verantwortliche für die Durchführung des Management Development Programmes bei ALTANA Chemie AG

«Yes, excellent. In all cases, we had a very good mix of pragmatic people who possessed both good theoretical background and solid real world experience.»

HEIDELBERG

Robert Crooker,
Senior Vice President Product Strategy
Heidelberg Druckmaschinen AG

«Insgesamt erzielten wir sehr gute Ergebnisse, die sich in überdurchschnittlichen Feedback-Werten widerspiegelten aber auch an der intensiven Nachfrage seitens der Mitarbeiter.»

Microsoft

Andrea Fichtelmann,
Field Readiness Managerin BMO
Microsoft Deutschland GmbH