

Die Customer IMPACT™ Agenda[©]

Wie Sie Ihre Kundenstrategie an den heutigen Bedürfnissen Ihrer Kunden im Kaufentscheidungsprozess ausrichten!

unternehmensintern

“An innovative approach that provided a solid base for our diverse world-wide management team to gain a common understanding of and focus on our customers.”

Senior Director, Portfolio Management | The Economist | England

Über den Workshop

Neue Kommunikationskanäle haben in den letzten Jahren die Gewohnheiten und das Verhalten der Menschen enorm verändert. Inzwischen haben die Kunden die Kontrolle im Kaufentscheidungsprozess und im Dialog mit den Unternehmen übernommen. Das gilt sowohl im BtoC als auch im BtoB Umfeld. Für Unternehmen stellt sich die Frage, wie sie mit dieser Situation umgehen und bestehende und neue Kunden über den gesamten Kaufentscheidungsprozess erreichen bevor, es zu spät ist.

In diesem Workshop erlernen und erfahren Sie:

- ⇒ Wie Sie den Entscheidungsprozess aus Sicht Ihrer Kunden visualisieren und bewerten
- ⇒ Welche Kontaktpunkte für Ihre Kunden in jeder Phase der Entscheidungskette wichtig sind
- ⇒ Den Ist-Zustand der bestehenden Interaktionen mit Ihren Kunden
- ⇒ Wie Sie neue Kommunikations-Maßnahmen, die an den heutigen Bedürfnissen Ihrer Kunden orientiert sind, daraus ableiten

www.ciagenda.com



Workshop Tag 1 | Inhalte

Am ersten Tag wird das innovative Konzept der IMPACT™ Agenda® vorgestellt. Im Anschluss daran werden die Teilnehmer die Entscheidungskette des Kunden definieren und visualisieren. Diese ist einzigartig für Ihr Unternehmen und Ihre spezifischen Kunden. Das ist die Grundlage für alle weiteren Erkenntnisse, die für die Definition einer einzigartigen Kundenbeziehung notwendig sind.

- ⇒ Vorstellung der IMPACT™ Agenda®
- ⇒ Definition und Visualisierung einer Entscheidungskette aus der Sicht Ihrer Kunden (für ein spezifisches Kundensegment oder Produktgruppe im Unternehmen)
- ⇒ Bestimmung der relevanten Touchpoints (Kontaktpunkte) aus Kundensicht
- ⇒ Zuordnung der Touchpoints in die Phasen der Entscheidungskette
- ⇒ Definition, welche Touchpoints für das Unternehmen aus Kundensicht am Wichtigsten sind
- ⇒ Bewertung Ist-Zustand und Gap-Analyse

Ergebnisse

- ⇒ Eine unternehmensspezifische Kunden-Entscheidungskette
- ⇒ Eine Matrix der Kontaktpunkte in jeder Phase der Entscheidungskette
- ⇒ Erster Entwurf einer IMPACT™ Agenda®
- ⇒ Darstellung der aktuellen und der zukünftigen Ansprüche an priorisierte Kontaktpunkte

Workshop Tag 2 | Inhalte

Am zweiten Tag konzentrieren wir uns auf Schwerpunktthemen, die für Ihr Unternehmen derzeit am Wichtigsten sind. Zum Beispiel:

- ⇒ IMPACT™ Prioritäten definieren
- ⇒ Ziele der Neukundengewinnung formulieren – BtoC UND BtoB
- ⇒ Neue Kundeninformationen legal sammeln
- ⇒ Social Media Touchpoints gezielt einsetzen
- ⇒ Kundenorientierte Mitarbeiter gewinnen und erfolgreich involvieren
- ⇒ Kundenservice optimieren und transformieren, einschließlich Self-Service
- ⇒ Aus Kundensicht, Möglichkeiten im Mobilen Umfeld priorisieren
- ⇒ Neue Customer Intelligence (auch aus Big Data) gewinnen
- ⇒ Kundenzufriedenheit und Begeisterung messen

Ergebnisse

- ⇒ Verschiedene Alternativen einer IMPACT™ Strategie für das ausgewählte Thema
- ⇒ Eine Matrix, die die Vorteile und Herausforderungen bei der Einführung aufzeigt
- ⇒ Vorlagen für die Umsetzung im eigenen Unternehmen
- ⇒ Best-Practice Beispiele aus der Praxis des Referenten, die intern angewendet oder für die Erarbeitung weiterer Alternativen genutzt werden können

Referent

Dieser Workshop wird von Phil Winters dem Gründer von CIAgenda, Datenflüsterer und Experte für Strategien aus der Kundenperspektive, geleitet:

Auf internationalem Parkett gilt **Phil Winters** als der „Father of Customer Intelligence“, weil er leidenschaftlich für die Bedürfnisse der Kunden kämpft. Dabei findet er immer neue Wege, die es Unternehmen ermöglichen, das Kundenerlebnis zu verbessern und die Loyalität der Kunden zu stärken. Heute gibt er seine Erfahrungen aus über 30 Jahren Praxis als unabhängiger Berater, als Redner oder in Workshops weiter.



Inhalte

Die Inhalte des Workshops werden entlang der oben aufgeführten Themen im Vorfeld mit Ihnen abgestimmt und individuell auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten.

Verlauf des Workshops

Der Workshop umfasst in der Regel drei Teile: zwei Tage in der Gruppe sowie Interviews mit Einzelpersonen z.B. Abteilungs-, Gruppen- oder Ressortleiter, die für die jeweiligen Themen zuständig sind.

Es wird empfohlen die Workshops an zwei unabhängigen Tagen in einem Abstand von ca. zwei bis drei Wochen durchzuführen. Die Einzelinterviews finden in der Regel zwischen den Gruppen-Workshops Tag 1 und Tag 2 statt.

Zielgruppe

Der Workshop ist konzipiert für Führungskräfte und ausgewählte Mitarbeiter aus dem mittleren Management, deren Aufgabe es ist, Kundenstrategien zu entwickeln, zu definieren und einzuführen. Dazu zählen CRM-Spezialisten, Social Media Spezialisten, Leiter von Call- und Customer Service Centern, Vertriebsmanager, Business Development Manager, Produktmanager, Filialleiter, Betriebsleiter und leitende Consulting Angestellte. **Empfohlene Teilnehmerzahl 12 (max.)**

Termine und Veranstaltungsort

Die Termine und der Veranstaltungsort, werden gemeinsam mit Ihnen abgestimmt.

Sie wollen mehr über diesen Workshop erfahren, rufen Sie an oder schreiben eine E-Mail. Gerne beantworte ich Ihre Fragen und mache Ihnen ein individuelles Angebot.

Kontakt

Phil Winters

Tel: +49 (0)6221 430 86 40

E-Mail: phil.winters@ciagenda.com

www.ciagenda.com

