



Kundenzentriertes Marketing

In der rasch wandelnden Gesellschaft wird es immer wichtiger, sich als Unternehmen, als Dienstleister mit dem Auge des Kunden zu sehen, weg von der Verwaltung von Kunden hin zu Kunde im Focus mit einer deutlichen Steigerung des Servicegedanken, um sich am Markt nachhaltig zu stabilisieren. Veränderung der Unternehmenskultur, der Arbeitswelt, der Einkaufsgewohnheiten des Menschen stellt uns vor großen Herausforderungen.

Sind nicht auch jede Arztpraxis, jedes Krankenhaus und sogar jeder Schulträger und die Verwaltung ein Dienstleistungsunternehmen und braucht Marketing? Um sich am Markt langfristig zu etablieren, sollte ein Perspektivwechsel hin zur Kundenperspektive erreicht werden, um eine deutliche Kundenzufriedenheit nach außen und eine Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit nach innen zu erzielen. Wir sprechen von Kundenzufriedenheit und Employer Branding aber dafür müssen wir die globalen Trends kennen und für unseren Unternehmensauftritt nutzen.

Durch meine langjährige Dozententätigkeit mit Schwerpunkt Marketing habe ich die Trends der Globalisierung umgewandelt in ein Tagesseminar und sehr gerne teile ich meine 31-jährige internationale Managererfahrung als Customer Relations Manager mit Ihnen, so dass sie für Ihr Unternehmen die neuesten Marketingtrends kennen und daraus die Wichtigkeit der Kundenorientierung ableiten können, sowie die Bedeutung eines serviceorientierten Handelns verstehen und die Bedürfnisse des Kunden bedarfsorientiert in den Alltag einbringen können.

Gespickt mit vielen Praxisbeispielen werden die individuellen Erwartungen und Wünsche der Teilnehmer eingebracht und in erlebbare kreative Ideen umgewandelt. Anhand der AIDA Formel von gestern wird die Customer Journey von morgen mit den online Marketingtools verknüpft.

Inhalt:

- Globale Marketing Trends und die Auswirkung auf unser Verhalten
- Philip Kotler: 4 P's war gestern 4 C's von heute und 3 R's von morgen
- Onlinemarketing / offline Marketing: Brauchen wir andere Tools?

Methoden:

- Blick auf die sozialen Medien als Mehrwert für sein eigenes Unternehmen Was bedeutet das Marketing – Mix, die 4 Ps für die Absatzwirtschaft?
- Der Teilnehmer kennt die AIDA-Formel, die Grundsätze der Werbung und kann diese verknüpfen mit ihrer eigenen Homepage
- Der Teilnehmer lernt die online Marketingtools kennen

Dieses Tagesseminar stellt einen modernen Impuls für das eigene Unternehmen als Einstieg dar und ist auf 7 Stunden ausgelegt.