



Workshop



Tagesworkshop: Customer Touchpoint Management

Wie Sie an jedem Kundenkontaktpunkt Ihre Kunden begeistern, deren Treue bewirken sowie Mundpropaganda und Empfehlungen gewinnen



Das Thema

Das Kundenkontaktpunkt-Management, auch Customer Touchpoint Management genannt, bezeichnet die Koordination aller Maßnahmen, die dazu dienen, dem Kunden an jedem Kontaktpunkt eine herausragende, verlässliche und gleichzeitig begeisternde Erfahrung zu bieten, ohne die Prozesseffizienz aus dem Auge zu verlieren.

Ziel des Kundenkontaktpunkt-Managements ist das stete Optimieren der Kundenerlebnisse an den einzelnen Touchpoints, um auf diese Weise neue Kunden zu gewinnen, bestehende Kundenbeziehungen dauerhaft zu festigen und positive Mundpropaganda zu bewirken. Dazu heißt es, dem Kunden Enttäuschungen zu ersparen - und ihm über den Zufriedenheitsstatus hinaus Momente der Begeisterung zu verschaffen.

Entscheidend für den Erfolg: Die Mitarbeiter müssen abteilungsübergreifend und aktiv in diesen Prozess eingebunden werden. Im Rahmen des Workshops erstellen sie konkrete Konzepte für das weitere Vorgehen. Dies erzeugt Verbundenheit, Motivation, Engagement und unternehmerisches Denken. Der Umsetzungserfolg wird auf diese Weise systematisch gesichert.

Die intensive Auseinandersetzung mit jedem einzelnen Touchpoint führt zu Umsatzsteigerungen und durch Kosten- und Zeiteinsparungen schließlich zu höheren Erträgen. Dabei gilt es, auf *die* Kontaktpunkte zu fokussieren, die ein markentypisches Erlebnis schaffen und die Kundenloyalität, die Empfehlungsbereitschaft und die Wettbewerbsfähigkeit am nachhaltigsten stärken.

Dieser eintägige Power-Workshop eignet sich für Führungskräfte und kundennahe Mitarbeiter gemeinsam. Er wird in Kleingruppen oder in Großgruppen bis zu 100 Teilnehmern durchgeführt.

Workshop-Inhalte

- Vormittags: Impulsvortrag zum Thema der Wahl (analog Briefing)
- Nachmittags: Bildung von Arbeitsgruppen zu vorgegebenen Touchpoint-Themen
Jede Arbeitsgruppe erarbeitet ein konkretes Konzept
Präsentation der Konzepte im Plenum und Entscheidungen



Die Zielgruppe

- kundenorientierte Führungskräfte aller Bereiche
- MitarbeiterInnen im Service, Innen- und Außendienst
- kundennahe MitarbeiterInnen aus allen Bereichen

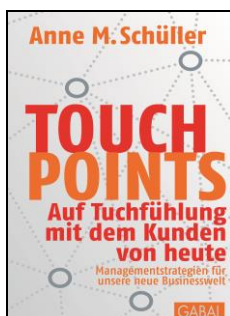
Die Teilnehmerzahl

- als Intensiv-Workshop: bis zu 25 Teilnehmer
- als Großgruppen-Veranstaltung: ca. 50 bis 100 Teilnehmer

Der Zeitrahmen

- in aller Regel 1Tag (wahlweise auch 2 Tage)

Das Buch zum Workshop



Anne M. Schüller: **Touchpoints**
Auf Tuchfühlung mit dem Kunden von heute
Managementstrategien für unsere neue Businesswelt
Mit einem Vorwort von Prof. Dr. Gunter Dueck

Gabal, Offenbach, März 2012, 350 S., 29,90 Euro
6. Auflage, ISBN: 978-3-86936-330-1

Mittelstandsbuch des Jahres und Trainerbuchpreis 2012



Referenzen

„Vielen Dank noch mal für den interessanten, kurzweiligen und motivierenden Tag. Sie vereinen Fachwissen mit Vortragsqualität und der optimalen Einbeziehung der Teilnehmer so, wie man das nur ganz ganz selten findet! Kompliment. Ich komme sicher nicht zum letzten Mal.“

Niko Gültig, Geschäftsführer Crossmark GmbH, Frankfurt

„Für Ihr außerordentlich inspirierendes Seminar bedanken wir uns ganz herzlich. Mit viel Witz und Esprit haben Sie den Tag erfolgreich gestaltet. Sie haben uns wertvolle Denkanstöße gegeben und neue Wege aufgezeigt. Und Ihre motivierende Art hat uns veranlasst, sofort zu handeln.“

Günter Wrede, Geschäftsführer Kiwi Tours, München

„Danke für das hervorragende und inhaltlich sehr wertvolle Seminar. Wir haben nur positive Rückmeldungen erhalten. Viele Impulse und Anregungen werden bereits in die Praxis umgesetzt.“

Dipl. Ing. Guido R. Strohecker, Geschäftsführer der Unterm Strich Software GmbH, Bruck an der Mur

"Kaum ein anderer Trainer hat derzeit so viel zu sagen, wie Frau Schüller."

Marcel Klotz, Direktor Partnership Solution Center, IBM Deutschland

"Ihr Seminar war für uns ein Erlebnis der Extraklasse! Nie zuvor ist uns das Thema so engagiert und überzeugend, mit feiner Wortwahl, eingängig und charmant nahe gebracht worden."

Thomas Baumgärtner, Providus, Hamburg

„Unser Touchpoint-Projekt lebt in vollem Umfang und alle sind begeistert. Ausschlaggebend dafür war, dass die Teilnehmer ihre Ideen selber entwickeln und auch selber umsetzen konnten. Die Resonanz bei unseren Kunden ist beeindruckend. Und die Kundenbindung steigt.“

Ulrich Häfele, Geschäftsführer RecaNorm, Kupferzell



Die Trainerin

Anne M. Schüller ist Keynote-Speaker, Businesscoach und mehrfach preisgekrönte Bestseller-Autorin. Sie gilt als Europas führende Expertin für Loyalitäts- und Empfehlungsmarketing sowie für das Touchpoint Management. Sie steht für eine kundenfokussierte Unternehmensführung. Weit mehr als 20 Jahre lang hat sie in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen internationaler Dienstleistungsunternehmen gearbeitet und dabei mehrere Auszeichnungen erhalten. Die Diplom-Betriebswirtin zählt zu den zehn besten Vortragsrednern im deutschsprachigen Raum (Conga Award 2010). 2015 wurde sie in die Hall of Fame der German Speakers Association aufgenommen. Ihr Touchpoint-Institut bildet zertifizierte Touchpoint Manager aus.

Managementbuch.de zählt sie zu den wichtigen Managementdenkern. Ihr Buch "Touch.Point.Sieg." ist das Trainerbuch des Jahres 2016. Ihr Bestseller "Das Touchpoint-Unternehmen" wurde zum Managementbuch des Jahres 2014 gekürt. Ihr Bestseller "Touchpoints" wurde zum Mittelstandsbuch des Jahres 2012 gekürt und mit dem Deutschen Trainerbuchpreis ausgezeichnet. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der deutschen, österreichischen und schweizerischen Wirtschaft, u. a. Audi, BMW, die REWE, das SiemensForum, IBM, Allianz, T-Online, die Swisscom, Vodafone, Wempe, Interspar, die TUI, der BITKOM, die Schweizer Post, Generali, die Erste Bank sowie Amgen, L'Oréal, die HypoVereinsbank und der Sparkassenverlag.

Kontakt

Anne M. Schüller
Anne Schüller Marketing Consulting
Office: 0049 89 6423 208
info@anneschueller.de
www.anneschueller.de

Weitere Webseiten

www.empfehlungsmarketing.cc
www.touchpoint-management.de