



# Kundenloyalität

## Herausforderung und Erfolgsgarant!

„Kundenloyalität  
geht jeden im  
Unternehmen an!“

**Top-Seminar für Führungskräfte:  
27. Februar 2008 in Frankfurt/M.**

**Profitieren Sie vom  
Experten Know-How  
einer der besten  
Referentinnen in Europa**

**Anne M. Schüller**  
Managementberaterin

- ★ **führende Expertin** für Loyalitätsmarketing
- ★ **mehrfach ausgezeichnet** als Marketing-Direktorin der **Accor-Hotellerie**
- ★ gehört zum Kreis der „**Excellent Speakers**“
- ★ Autorin von **sieben Management-Erfolgssellern**
- ★ Dozentin an der **Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing**
- ★ MBA-Dozentin an der **Fach-Hochschule Deggendorf**

**Nutzen Sie das Konzept der Kundenloyalität als ideale Umsatzbeschleunigungsstrategie!**

- ✓ **Loyalitätsführerschaft** als Unternehmensstrategie
- ✓ Wie **Kundenloyalität** entsteht
- ✓ Das Dreiecksverhältnis von **Management, Mitarbeitern und Kunden**
- ✓ Der Baukasten des Total Loyalty Marketing aus Sicht der Kunden: **5K statt 4P**
- ✓ Die **Loyalitätstreppe** der Kunden: Wie aus Interessenten loyale Stammkunden und aktive Empfehler werden
- ✓ Das **Empfehlungsmarketing**
- ✓ Das **Kundenrückgewinnungsmanagement**

**„Wer in Zukunft die loyalsten Kunden hat –  
der macht das Rennen!“**

Anne M. Schüller



## Anne M. Schüller

ist Marketing Consultant und gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing. Sie ist eine der **besten Referentinnen in Europa** und hat den Begriff des Total Loyalty Marketing geprägt.

## Welche Vorteile bringt hohe Kundenloyalität Ihrem Unternehmen?

- eindeutige, positive Unterscheidbarkeit von Ihren Wettbewerbern
- loyale und dauerhaft emotional verbundene Stammkunden
- Kunden, die oft und viel kaufen
- Kunden, die leidenschaftlich gerne immer wieder Gutes über Ihr Unternehmen berichten
- Empfehler, die Ihre besten Verkäufern werden

Ihre Stammkunden sind als aktive, positive Empfehler am profitabelsten. Loyalitätsmarketing ist die **ideale Strategie zur Umsatzbeschleunigung**.

## Wie erzielen Sie hohe Kundenloyalität ohne, dass es viel kostet?

„**Die Menschen sehnen sich nach einer berechenbaren Welt, der sie blind vertrauen können.**“, sagt Stephan Grünewald, Geschäftsführer des Marktforschungsinstituts Rheingold. **Emotionen, Vertrauen und Loyalität** rücken in den Vordergrund. Voraussetzungen für die Schaffung dieser Werte sind:

- Eine loyalitätsbasierte Unternehmenskultur
- Wechselseitige Verstärkung von Mitarbeiter- und Kundenloyalität
- Kundenerwartungen immer deutlich übertreffen, Sogverkauf statt Druckverkauf
- (Fast) kostenlose Begeisterungsfaktoren nutzen, z.B. Versprechen einhalten, Herzlichkeit, Kulanz, Humor u.v.m.
- Loyalisierende Kommunikation
- Je persönlicher, desto emotionaler, desto loyaler

## Warum dieses Seminar so wichtig für Sie ist

Wer in die Kundenloyalität investiert, wer am Ende die loyalsten Kunden hat, der wird den Wirtschaftsboom am besten für sich nutzen und dauerhaft erfolgreich sein.

In diesem Seminar erfahren Sie Schritt für Schritt

- welchen Einfluss Kundenloyalität auf Ihren Unternehmenserfolg hat
- warum Kundenloyalität untrennbar mit Mitarbeiterloyalität verknüpft ist
- wie Sie als Führungskraft loyale Mitarbeiter gewinnen
- wie Sie ganz konkret treue Kunden gewinnen
- wie Sie Ihr Unternehmen dauerhaft erfolgreich machen

## Stimmen zur Referentin

„Ich möchte mich bei Ihnen für die super Schulung bedanken. Es war mit Abstand die beste Weiterbildung, welche ich in unserer Firma erleben durfte!“

### Beat Marfurt,

Novartis Consumer Health Schweiz AG

„Das beste Seminar, das wir je hatten. Praktisch alle meine Mitarbeiter, meine Führungskräfte und ich selbst waren dabei – und ganz begeistert. Wir erhielten eine Fülle von Anregungen, praktische Tools und den nötigen Motivationsschub, um unsere ambitionösen Ziele der nahen Zukunft zu meistern.“

### Udo Fuhrhop,

Landidyll Hotel Forellenhof, Walsrode

„Total Loyalty Marketing macht Mut, den Rotstift aus der Hand zu legen und endlich wieder in offensives Marketing und gute Mitarbeiter zu investieren. Es zeigt Firmeninhabern und Führungskräften sowie Marketing- und Sales-Verantwortlichen ganz konkret und Schritt für Schritt, wie Unternehmen mithilfe loyaler Mitarbeiter und treuer Kunden dauerhaft erfolgreich werden. Gerade Dienstleister und Mittelständler können davon profitieren.“

## Professor Dr. h. c. Lothar Späth

## Seminarleitung:

**Anne M. Schüller**

Marketing Consulting, München

Führende Loyalitätsexpertin

## Was Loyalitätsmarketing heute bedeutet

- Die Definition
- Loyal oder illoyal?
- Drei Loyalitäten

## Loyalität fördernde Erfolgsfaktoren

- Das emotionale Verkaufen
- Menschenverstehender sein
- 3 Regeln

## Wie Sie Einstellungen und Sichtweisen am Kunden orientieren

- Kundenfokussierung statt Kundenorientierung
- Von der Kundenbefürchtung zur Kundenbegeisterung
- Das Begeisterungsmanagement

## Warum Loyalität viel mehr als Kundenbindung ist

- Freiwillige Treue
- Emotionale Verbundenheit
- Leidenschaftliche Fürsprache

## Wie Unternehmen sich Loyalität auf Dauer verdienen können

- Das Management als Vorbild
- Die Mitarbeiter als Loyalitätsmacher

## Welche Vorteile hohe Kundenloyalität Ihrem Unternehmen bringt

- Auf der Umsatzseite
- Auf der Kostenseite

## Wie der Managementprozess des Total Loyalty Marketing funktioniert

- Die loyalitätsbasierte Analyse
- Die auf Loyalitätsführerschaft ausgerichtete Strategie
- Maßnahmenplanung und Umsetzung: 5K statt 4P
- Das Controlling: fokussierende Fragen stellen

## Wie Sie die strategischen Grundlagen für Ihren Loyalitätserfolg legen

- Loyalitätsorientierte Ziele definieren
- Profiling: nach loyalitätsrelevanten Zielgruppen segmentieren
- Eine loyalitätsfokussierte Positionierung finden

## Wie Sie eine loyalitätsbasierte Unternehmenskultur gestalten

- Über vergiftete und lachende Unternehmen
- Die kundenfokussierte Mitarbeiterführung
- Über Kundennähe und Kundendialog

## Wie Sie Ihre Kunden loyalisieren

- Der Interessent
- Der Erstkäufer
- Der Wiederkäufer
- Der Stammkäufer
- Der Empfehler

## Wie Sie Ihr Empfehlungsmarketing systematisch entwickeln

- Mund-zu-Mund-Werbung
- Virales Online-Marketing

## Warum man Kunden verliert – und wie man sie wiedergewinnt

- Der Prozess der Kundenrückgewinnung
- Eine ‚2. Loyalität‘ aufbauen

## Am Loyalitätsziel:

### Ihr Return on Loyalty Investment

## Der Praxistransfer: Ihr Aktivitätenplan

### Zeitlicher Ablauf des Seminars

<b>10.00 Uhr</b>	Beginn des Seminars
<b>ca. 12.30 Uhr</b>	Gemeinsames Mittagessen
<b>ca. 17.00 Uhr</b>	Ende des Seminars

Die Kommunikations- und Kaffeepausen werden im Verlauf des Seminars festgelegt.

### Ihre Ansprechpartnerin

„Ihre Fragen zum Seminar beantworte ich gerne!“



Christa Rehse  
Konferenz-Managerin  
Telefon: 08151/27 19 – 16  
christa.rehse@management-forum.de

# Informationen

## ■ Zielgruppe

Mit dieser Veranstaltung wenden wir uns an

- ✓ **Dienstleister aller Branchen**, insbesondere Handel, Banken, Versicherungen, Finanzdienstleister, Gastronomie, Hotellerie, Touristik, IT-Anbieter, Telekommunikations- und Energieunternehmen, Verlage, Logistik
- ✓ **Hersteller**, die erkennen, dass ihre Zukunft in der Dienstleistung liegt, die sie um ihre Produkte herum bauen
- ✓ **B2B- und B2C-Unternehmen**, in denen der Verkauf von Mensch zu Mensch eine Rolle spielt
- ✓ Filial- und Franchise-Unternehmen

Angesprochen sind in erster Linie **Geschäftsführer** und insbesondere auch Führungskräfte aus Bereichen mit Kundenkontaktpunkten wie **Marketing, Vertrieb/Verkauf, Kundenservice**.

Herzlich eingeladen sind außerdem **Werbeagenturen und Unternehmensberatungen**, die sich mit der Thematik befassen.

## ■ Anmeldung

So melden Sie sich an:

 per Telefon:  
08151/27 19-0

 per Telefax:  
08151/27 19-19

 per E-Mail:  
info@management-  
forum.de

 per Internet:  
www.management-  
forum-starnberg.de

 Management Forum Starnberg GmbH  
Maximilianstraße 2b · D-82319 Starnberg

## ■ Teilnahmegebühr

Jede Anmeldung wird von Management Forum Starnberg schriftlich bestätigt. Die Gebühr für das eintägige Intensivseminar beträgt € 1.295,- zzgl. 19% MwSt. Sollten mehr als zwei Personen aus einem Unternehmen an der Veranstaltung teilnehmen, **gewähren wir ab dem dritten Teilnehmer 15% Preisnachlass**. Nach der Anmeldung erhalten Sie die Rechnung. Die Teilnahme setzt Rechnungsausgleich voraus. Programmänderungen aus aktuellem Anlass behalten wir uns vor. Mit Ihrer Anmeldung erkennen Sie unsere Teilnahmebedingungen an. Die Teilnahmegebühr erhält Arbeitsunterlagen, Getränke, Kaffeepausen sowie Mittagessen.

## ■ Veranstaltungstermin und -ort

**Mittwoch, 27. Februar 2008**

Novotel Frankfurt City  
Lise-Meitner-Straße 2 · 60486 Frankfurt  
Telefon: 069/79303-0 · Telefax: 069/79303-930  
E-Mail: H1049@accor.com  
Zimmerpreis: € 100,- inkl. Frühstück

## ■ Zimmerreservierung

Für dieses Seminar steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im jeweiligen Hotel unter Berufung auf Management Forum Starnberg GmbH vor.

## ■ Registrierung

Der Seminarcounter ist ab 8.30 Uhr zur Registrierung geöffnet. Als Ausweis für die Teilnahme gelten Namensplaketten, die vor Veranstaltungsbeginn zusammen mit den Arbeitsunterlagen ausgehändigt werden.

## ■ Rücktritt

Bei Stornierung der Anmeldung wird eine Bearbeitungsgebühr von € 55,- zzgl. 19% MwSt. pro Person erhoben, wenn die Absage bis spätestens 12. Februar 2008 schriftlich bei Management Forum Starnberg GmbH eingeht. Bei Nichterscheinen bzw. einer verspäteten Absage wird die gesamte Veranstaltungsgebühr fällig. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

## ■ Management Forum Starnberg

Als Veranstalter von Fachkonferenzen und -seminaren für Führungskräfte steht Management Forum Starnberg für

- professionelle Planung, Organisation und Durchführung
- aktuelle Themen und sorgfältig recherchierte Inhalte
- Zusammenarbeit mit namhaften Referenten
- viel Raum für informative Diskussionen und interessante Kontakte

## ■ Inhouse-Schulungen

Zu diesen und vielen weiteren Themen bieten wir individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Inhouse-Schulungen an. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir unterbreiten Ihnen gerne ein unverbindliches, auf Ihre Wünsche zugeschnittenes Angebot.

Ihr Ansprechpartner:

Peter Bartl, Tel.: 08151/27 190, peter.bartl@management-forum.de

**Anmeldung unter Fax 0 81 51/27 19-19 oder  
www.management-forum.de/kundenloyalitaet**

Bitte Coupon fotokopieren oder ausschneiden und im Briefumschlag oder per Fax an: Management Forum Starnberg GmbH, Maximilianstraße 2b, D-82319 Starnberg

**Ja**, hiermit melde ich mich für das Top-Seminar

## **Kundenloyalität**

am 27. Februar 2008 in Frankfurt/M. an.

**Management Forum  
Starnberg GmbH  
Frau Claudia Fink  
Maximilianstraße 2b  
D-82319 Starnberg**

1. Name \_\_\_\_\_ 2. Name \_\_\_\_\_

Vorname \_\_\_\_\_ Vorname \_\_\_\_\_

Position \_\_\_\_\_ Position \_\_\_\_\_

Abteilung \_\_\_\_\_ Abteilung \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Straße/PF \_\_\_\_\_ PLZ / Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ \*Telefax \_\_\_\_\_

\*E-Mail \_\_\_\_\_

Branche \_\_\_\_\_ Beschäftigtenzahl: ca. \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

X 3825

## Unsere Prospekte einfach und direkt auf Ihr Fax!

Nutzen Sie die Möglichkeit, zukünftig auch per Fax über Veranstaltungen von Management Forum Starnberg informiert zu werden!

**Antworten Sie per Fax: 08151/2719-19**

**Ja, ich bin damit einverstanden, dass Sie mich zukünftig auch per Fax über Ihre Veranstaltungen informieren**

Name \_\_\_\_\_

Vorname \_\_\_\_\_

Position \_\_\_\_\_

Abteilung \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Straße/PF \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

Telefax \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Branche \_\_\_\_\_

Beschäftigtenzahl: ca. \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_

Verbindliche Unterschrift \_\_\_\_\_