

Wertorientiertes Management der Kundenbeziehung

22. Februar 2007 in München:
„Wertorientiertes Management der Kundenbeziehung: Häufige Fehler und wie man sie vermeidet“

Vortrag von Prof. Dr. Martin Selchert bei Salesnetworx (Haus der Bayerischen Wirtschaft, München)

Bei guten Willen aller Beteiligten zeigt sich immer wieder, dass Kundenbeziehungen nicht wertoptimal gestaltet sind. Erfahrungsgemäß sind es einzelne, verbreitete Fehler in den jeweiligen Phasen des Kundenbeziehungsmanagements. So wird z.B. der Kunde nicht oder falsch gefragt, weil man ihn und seine Wünsche ohnehin zu kennen meint: eine u.U. kostspielige Fehlannahme. Oder Kunden werden nach dem „Gleichheitsgrundsatz“ behandelt, damit die guten zu schlecht, die schlechten zu gut: Es fehlt der Maßstab.

Weitere Fehler finden sich in der Strategie, der Ausgestaltung von Kundenbindungs-Programmen und der Organisation des Kundenbeziehungsmanagements. Der Teilnehmer bekommt eine systematische Fehler- Checkliste mit Beispielen, anhand derer er prüfen kann, ob und ggf. wo Verbesserungspotenzial in seinem Unternehmen existiert. Für jedes der besprochenen Probleme werden Methoden und Techniken vorgestellt, um Irrtümer und Fehler in der Zukunft zu vermeiden – z.B. Techniken der Informationsgenerierung, der Kundenbewertung oder der Unterscheidung wichtiger von unwichtigen Bestandteilen einer Leistung.