

Customer Centricity

Seminarnummer MD_2

ZIELGRUPPE

Dieses Seminar richtet sich an Geschäftsführer, Entscheider, Führungskräfte aller Hierarchieebenen, Mitarbeiter.

VORAUSSETZUNGEN

Zum Besuch der Veranstaltung sind keine Voraussetzungen notwendig. Jeder am Thema Interessierte kann teilnehmen. Es ist nicht als reines Expertenseminar konzipiert.

Dauer: 1 Tag

NUTZEN UND ZIEL

- ▶ Entwickeln Sie ein Verständnis dafür, warum der Kunde und seine Bedürfnisse, die entscheidende Rolle in der Entwicklung ihrer Produkte und Dienstleistungen spielen muss.
- ▶ Identifizieren und verstehen Sie Ihren persönlichen Kunden mit neuen Perspektiven.
- ▶ Nehmen Sie konkrete Maßnahmen mit, wie Sie Ihren Kunden einbeziehen und zufriedenstellen können.
- ▶ Lernen Sie ein neues Mindset kennen, damit sie auch im Alltag customer centric denken und dadurch zielgerichteter kommunizieren bzw. agieren können.
- ▶ Wenden Sie u.a. folgende Methoden an: Persona Entwicklung, Design Thinking, Business Modell Canvas, Kundensegmentierung, Lean Startup, Scrum.

INHALTE

Wer ist ihr Kunde?

- ▶ Die Persona - Methodik – Theoretischer Input
- ▶ Übung: Teambasierte Anwendung der Persona-Methodik im Unternehmenskontext

Customer Centricity – Der Weg hin zur Kundenorientierung

- ▶ Die Geschichte des Marketings (Push vs. Pull Marketing)
- ▶ Wechsel des Schwerpunkts: Produkt vs. Kundenfokus

Customer Empathy - Warum man seinen Kunden kennen sollte

- ▶ Marktsättigung, zunehmender Preiskampf und der steigende Kundenanspruch
- ▶ „Produkt- & Servicefails“: Wo hat ihr Unternehmen den Nutzen ihrer Kunden verfehlt? Was hätte man im Hinblick auf die Personas anders lösen können?

Customer Journey – Wie kommunizieren Sie mit ihrem Kunden?

- ▶ Welche Touch Points existieren mit ihren Kunden entlang der Customer Journey?
- ▶ Kundensegmentierung & Marktforschung: Wie funktioniert das?
- ▶ Customer Value CLV: Wie messe ich die Kundenzufriedenheit?
- ▶ Kundenbeziehung: Wie binde ich den Kunden an mein Unternehmen?

Auf Basis der Persona Definition werden 3 Methoden gemeinsam definiert und in das Seminar integriert. Der Anteil von Theorie zu Praxisübungen beträgt 30/70. Action Learning ist zentraler Bestandteil.