

Kundenzufriedenheit steigern

Von der professionellen Analyse zur zielgerichteten Umsetzung

Wie zufrieden sind Ihre Kunden?

- Kundenzufriedenheitsanalyse als Ausgangspunkt
- Kundenfeedback richtig nutzen

Wie konzipieren Sie eine Kundenzufriedenheitsanalyse?

- Ziele und Analyseumfang bestimmen
- Fachabteilungen und Experten gezielt einbinden

Wie entwickeln Sie geeignete Messinstrumente?

- Fragebogen zur Kundenzufriedenheit
- Messinstrument in der Feldphase

Mit integrierten Fallstudien!

Wie leiten Sie den richtigen Handlungsbedarf ab?

- Handlungsbedarf richtig darstellen
- Change Management: geeignete Maßnahmen umsetzen

Mit Musterfragebogen!

Welche Instrumente setzen Sie für Zielplanung und Controlling ein?

- Bottom-up und Top-down Zielplanung
- Integration in übergreifende Zielsysteme

Hoher Lernerfolg durch begrenzte Teilnehmerzahl!

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

22. und 23. Mai 2006 in Frankfurt am Main

26. und 27. Juni 2006 in Berlin 

17. und 18. Juli 2006 in München



Mit Fußball-Lounge für die Teilnehmer!

Ihre Referenten:

Prof. Klaus Bochmann

Axel Meyer

Dr. Markus Mierzwa

Dr. Dietmar Puppenthal

IMAGIN Prof. Bochmann AG

Ihre Praxisreferenten:

Bianca Kretzer

Dr. Ingo Zborschil

Siemens AG

Carolin Willich

Hermes Logistik GmbH & Co. KG

Praxisberichte der
Siemens AG und der **Hermes Logistik GmbH & Co. KG**

Stimmen begeisterter Teilnehmer:

„Die Referenten garantieren Spitzenniveau!“

„Sehr praxisnah und viele nützliche Hinweise!“

„Überzeugend durch tolle Fallbeispiele!“


MANAGEMENTCIRCLE®
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700

Mit Kundenzufriedenheit die Loyaltät

Ihr Seminarteam:

Prof. Klaus Bochmann, Vorsitzender des Vorstandes

Axel Meyer, Vorstand Vertrieb und Marketing

Dr. Markus Mierzwa, Managing Consultant

Dr. Dietmar Puppenthal, Managing Consultant, **IMAGIN Prof. Bochmann AG**, Eppstein

Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen **ab 8.45**

9.30 Herzlich Willkommen!

- Begrüßung durch das Seminarteam
- Darstellung der Zielsetzung des Seminars
- Abgleich mit den Teilnehmererwartungen

9.45 Kundenzufriedenheit als zentraler Werttreiber

- Kundenzufriedenheit als elementares Glied der Kundenwertkette
- Nutzen von aggregiertem Kundenfeedback
- Nutzen von individuellem Kundenfeedback

Exkurs: Interne Vermarktung von Kundenzufriedenheitsanalysen

11.15 Kaffee- und Teepause

11.45 Praxisbeispiel Tank & Rast: Erlebte Qualität zahlt sich aus

- Ermittlung und Priorisierung des Handlungsbedarfs aus Kundensicht
- Entwicklung von Standards zur erfolgsorientierten Kundenbetreuung
- Über verbesserte Kundenerlebnisse zu höherer Kundenzufriedenheit und Loyalität
- Realisierung der Potenziale aus der gestiegenen Loyalität

12.45 Gemeinsames Mittagessen

14.00 Praxisbericht: Bedeutung und Umsetzung des Kundenzufriedenheitsmanagements in der Siemens AG

- Kundenzufriedenheit und Kundenbindung als Erfolgsfaktoren
- Transparenz der Kundenbeziehung
- Organisation des Kundenzufriedenheitsmanagements in der Siemens AG
- Live-Präsentation des Toolkits „SMART“

In Frankfurt am Main:

Bianca Kretzer
Senior Consultant,

In Berlin und München:

Dr. Ingo Zborschil
Managing Consultant,
Siemens AG, Mannheim

14.45 Konzeption einer Kundenzufriedenheitsanalyse

- Definition der Zielsetzung
- Bestimmung des Mess- und Analyse-Umfangs
- Festlegung der Erhebungs- und Auswertungsmethodik
- Art der Präsentation von Ergebnissen und deren Weiterverwendung
- Einbindung von Fachabteilungen und ggf. externen Experten

15.45 Kaffee- und Teepause

16.15 Fallstudie in Gruppenarbeit: „Konzeption einer Kundenzufriedenheitsanalyse für die Maschinenbau AG“

Sie wenden Ihr Wissen direkt praktisch an und lernen, wie Sie eine Kundenzufriedenheitsanalyse konzipieren und durchführen.

Das Vorgehen und die Wirkungszusammenhänge werden hierbei intensiv beleuchtet.

17.00 Das Messinstrument entwickeln – der Fragebogen zur Kundenzufriedenheit

- Ableitung des Frageninventars
- Strategischer und operativer Fragebogen
- Länge und Dramaturgie des Fragebogens
- Fragentypen und verwendbare Skalen
- Fragen für besondere Zielsetzungen
- Vorstellung eines Musterfragebogens

18.00 Zusammenfassung der Seminarergebnisse des ersten Tages und Gelegenheit zur Klärung offener Fragen

18.15 Get-Together

Get-Together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** und das **Lindner Congress Hotel** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit den Referenten und Teilnehmern!

Ihre aktive Mitarbeit ist gefragt!

ität und den Kundenwert steigern!

Ihr Seminarteam:
Prof. Klaus Bochmann
Axel Meyer
Dr. Markus Mierzwa
Dr. Dietmar Puppenthal

8.30 Begrüßung durch das Seminarteam und Überleitung zum zweiten Seminartag

8.45 Die Feldphase – das Messinstrument einsetzen

- Vor- und Nachteile der verschiedenen Erhebungsmethoden
- Formulierung von Anfragen und Auswahl des Feldinstitutes
- Kommunikation der Befragung nach innen und außen
- Adressaufbereitung und Stichprobenmanagement
- Qualitätsmanagement vor, während und nach der Befragung
- Typische Störungen aus dem Feld und ihre Behebung

10.00 Auswertung und Reporting – die Ermittlung der Ergebnisse und die Darstellung des wesentlichen Handlungsbedarfs

- Bildung von Indizes für Zielgrößen und Leistungen
- Durchführung von Treiberanalysen
- Prozessbezogener Handlungsbedarf und Prozessportfolios
- Individueller Handlungsbedarf und Beziehungsportfolios
- Aufbau und Vorbereitung einer Ergebnispräsentation
- Muster eines Ergebnisberichtes

11.15 Kaffee- und Teepause



Bleiben Sie am Ball!

Wir laden Sie ein in die Fußball-Lounge:
am **26. und 27. Juni 06** zu den **Achtelfinalspielen**.
Anpfiff: 17.00 Uhr und 21.00 Uhr.

In entspannter Atmosphäre können Sie im Hotel mit anderen Fußballfreunden diese Spiele genießen!

11.45 Praxisbericht: Kundenzufriedenheit bei Geschäftskunden der Hermes Logistik Gruppe

- Kundenzufriedenheitsmessung mit starkem Customer Care-Aspekt
- Besonderheiten bei der Kundenzufriedenheitsmessung in eng vernetzten Geschäftsprozessen
- Individualität von Handlungsbedarf und Maßnahmenplanung
- Besondere Feedback-Situation bei wichtigen Geschäftskunden

Carolin Willich
Produktmanagerin,
Hermes Logistik GmbH & Co. KG, Hamburg

12.45 Gemeinsames Mittagessen

14.00 Change Management – geeignete Maßnahmen kontinuierlich umsetzen

- Richtiges Setzen von Prioritäten
- Erzielung kontinuierlicher Management Attention
- Sinnvolle Einbindung der internen Fachabteilungen
- Maßnahmenplanung und -verfolgung

15.00 Kaffee- und Teepause

15.30 Fallstudie in Gruppenarbeit: Umsetzungskonzepte für die Maschinenbau AG

Ihre aktive Mitarbeit ist gefragt!

Die Themenschwerpunkte des zweiten Seminartages werden in der Fallstudie direkt praktisch angewendet.

Sie lernen, wie Sie die Kundenzufriedenheitsanalyse auswerten und wie Sie den entsprechenden Handlungsbedarf ableiten.

16.30 Zielplanung und Controlling für Kundenzufriedenheit und Kundenbindung

- Bottom-up und Top-down Zielplanung
- Integration in Zielsysteme (Balanced ScoreCard)
- Wettbewerbe als Alternative zur Zielvorgabe
- Bonus- und Prämienmodelle

17.15 Zusammenfassung der Seminarergebnisse und Gelegenheit für abschließende Fragen

17.30 Ende des Seminars

Wie zufrieden sind Ihre Kunden?

Kundenzufriedenheit ist der Schlüssel zur Kundenbindung – und damit ausschlaggebend für Ihren unternehmerischen Erfolg! Stellen Sie sich der Herausforderung, die Zufriedenheit Ihrer Kunden zu steigern. Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen Sie Kundenzufriedenheit in das strategische Zielsystem Ihres Unternehmens integrieren.

Messen Sie die Zufriedenheit Ihrer Kunden systematisch!

Ermitteln Sie Kundenzufriedenheit und Kundenwert zielgruppengerecht! Dafür bedarf es einer durchdachten und ganzheitlichen Kundenzufriedenheitsanalyse. Schaffen Sie mit einer professionellen Analyse die Grundlage für ein übergreifendes Kundenzufriedenheitsmanagement!

Der erste Schritt zum zufriedenen Kunden!

Handeln Sie jetzt! Verschaffen Sie sich in unserem Intensivseminar „**Kundenzufriedenheit steigern**“ umfassendes Wissen über die Bedeutung, die Konzeption und die Auswertung von Kundenzufriedenheitsanalysen sowie das anschließende Umsetzungsmanagement.

Sie lernen,

- welchen Zusammenhang Kundenzufriedenheit und Kundenwert haben
- wie Sie erfolgreich eine Kundenzufriedenheitsanalyse konzipieren
- wie Sie geeignete Messinstrumente entwickeln und einsetzen
- wie Sie richtig auswerten und den wesentlichen Handlungsbedarf ermitteln
- wie Sie die geeigneten Maßnahmen für Ihr Unternehmen ableiten
- welche Instrumente Sie für Zielplanung und Controlling einsetzen
- wie Sie die Kundenzufriedenheitsanalyse sinnvoll in übergreifende Zielsysteme integrieren.

Ihr persönliches Plus!

Profitieren Sie von der Fachkompetenz unserer Experten und den aktuellen Praxisberichten der **Siemens AG** und der **Hermes Logistik GmbH & Co. KG**. Durch die Einbindung von Fallstudien und Praxisbeispielen wird der Wissenstransfer des Erlernenen sichergestellt. Nutzen Sie dieses Seminar darüber hinaus zum intensiven Erfahrungsaustausch mit unseren Referenten und Ihren Fachkollegen.

Sie haben noch Fragen?

Rufen Sie mich bitte an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zur Veranstaltung.

Kerstin Porten



Kerstin Porten

Konferenz Managerin

Tel.: 0 61 96/47 22-550

E-Mail: porten@managementcircle.de

Ihre Referenten:



Prof. Klaus Bochmann ist Vorstandsvorsitzender der **IMAGIN Prof. Bochmann AG** in Eppstein im Taunus. Nach einer Lehre bei der Robert Bosch GmbH und dem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der TU Berlin und der Columbia University in New York war er zunächst als Unternehmensberater und anschließend lange Jahre als Professor an der FH Fulda tätig, bevor er 1987 das Unternehmen IMAGIN gründete.



Axel Meyer ist Vorstandsmitglied der **IMAGIN Prof. Bochmann AG** in Eppstein im Taunus. Nach dem Studium des Wirtschaftsingenieurwesens an den Universitäten Paderborn und Lock Haven (USA) sammelte er neun Jahre Industrieerfahrung bei einem weltmarktführenden Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus. Nach verschiedenen Führungsaufgaben im internationalen Vertrieb war er dort zuletzt Prokurist und Geschäftsleitungsmitglied.



Dr. Markus Mierzwa ist Managing Consultant bei der **IMAGIN Prof. Bochmann AG** in Eppstein im Taunus. Zuvor sammelte er Beratungserfahrung bei der IHK Koblenz, bevor er 1994 in die Geschäftsleitung eines mittelständischen Industrieunternehmens wechselte. Dr. Markus Mierzwa promovierte im Fach Marketing an der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung in Vallendar.



Dr. Dietmar Puppenthal ist Managing Consultant bei der **IMAGIN Prof. Bochmann AG** in Eppstein im Taunus. Er sammelte erste Beratungserfahrungen bei einem Trainings- und Beratungsunternehmen mit Schwerpunkt Vertrieboptimierung. Dr. Dietmar Puppenthal promovierte im Fach Marketing und Wirtschaftspsychologie an der Universität Köln.



Carolin Willich ist Produktmanagerin für das Geschäftsfeld B2C Paket bei der **Hermes Logistik GmbH & Co. KG** in Hamburg. Zuvor arbeitete sie drei Jahre als Projektleiterin mit dem Schwerpunkt Marktforschung im selben Unternehmen. Carolin Willich absolvierte im Rahmen des dualen Systems „Hamburger Modell“ eine Ausbildung zur Groß- und Außenhandelskauffrau und das Studium der Betriebswirtschaftslehre (WAH) mit dem Schwerpunkt International Business Administration.



Bianca Kretzer ist für die **Siemens AG** in Mannheim im Marketing- und Vertriebs-Consulting tätig. Als Senior Consultant bei Siemens Marketing Services Germany leitet sie eine Siemens weite Community zum Thema „Kundenzufriedenheitsmanagement“ und ist für internationale Projekte im CRM-Umfeld verantwortlich.



Dr. Ingo Zborschil ist Managing Consultant bei den Marketing Services Germany (MSG) der **Siemens AG** in Mannheim und München. Seine Projekt-Schwerpunkte sind Vertrieboptimierung, Vertriebscontrolling, Markteinführungskonzepte sowie Kundenzufriedenheitsmanagement. Weiterhin führt er Marketing Management Trainings durch und hat eine Gastprofessur im gemeinsamen Executive MBA-Programm des Institute for Business Studies in Moskau sowie der Management School der Universität Antwerpen.

INHOUSE TRAINING

Zu diesen und anderen Themen bieten wir auch **firmeninterne Schulungen** an. Wir beraten Sie gerne und erstellen ein individuelles Angebot.



Dirk Gollnick

Tel.: 0 61 96/47 22-646

E-Mail: gollnick@managementcircle.de

Warum Sie diese Veranstaltung besuchen sollten

- Sie erfahren, wie Sie **Kundenzufriedenheit, Loyalität und Kundenwert für Ihr Unternehmen steigern**.
- Sie lernen, wie Sie eine **Kundenzufriedenheitsanalyse konzipieren, durchführen und professionell auswerten**.
- Sie profitieren vom **Fachwissen unserer Experten** und erfahren von unseren Praxisreferenten, wie das Thema Kundenzufriedenheit erfolgreich im Unternehmen verankert wird.

Wen Sie auf dieser Veranstaltung treffen

Dieses Intensivseminar richtet sich an Leiter und verantwortliche Mitarbeiter aus den Bereichen **Marketing, Vertrieb, Kundenservice, Customer Relationship Management, Customer Care, Beschwerdemanagement, Key Account Management, Kundenzufriedenheit, Marktforschung, Organisationsentwicklung** und **Qualitätsmanagement** aller Branchen sowie an die Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsführung. Außerdem angesprochen sind die für diese Themen Verantwortlichen aus Beratungen und Agenturen.

Termine und Veranstaltungsorte

22. und 23. Mai 2006 in Frankfurt am Main
Lindner Hotel & Residence Main Plaza Frankfurt,
Walther-von-Cronberg-Platz 1, 60594 Frankfurt am Main
Tel.: 069/66401-0, Fax: 069/66401-4426
E-Mail: info.mainplaza@lindner.de

26. und 27. Juni 2006 in Berlin
Mövenpick Hotel Berlin, Schöneberger Straße 3, 10963 Berlin
Tel.: 030/23006-0, Fax: 030/23006-199
E-Mail: hotel.berlin@moevenpick.com

17. und 18. Juli 2006 in München
ArabellaSheraton Hotel Bogenhausen,
Arabellastraße 5, 81925 München
Tel.: 089/9232-0, Fax: 089/9232-4449
E-Mail: muenchen.reservation@arabellasheraton.com

Zimmerreservierung

Für die Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.



Ihre Service-Hotlines

Bettina Gräf
Telefon: 0 61 96/47 22-700 oder
0 61 96/47 22-0 (Telefonzentrale)
Fax: 0 61 96/47 22-999
Per Post: Management Circle AG
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.
Hauptstraße 129, 65760 Eschborn/Ts.
E-Mail: anmeldung@managementcircle.de

Kundenservice: Eberhard Bergmann
Telefon: 0 61 96/47 22-800 (Fax: -888)
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

Adressänderung: Susanne Pietsch
Telefon: 0 61 96/47 22-589 (Fax: -562)
E-Mail: marketing@managementcircle.de

Ausstellung: Björn Gerster
Telefon: 0 61 96/47 22-607 (Fax: -444)
E-Mail: gerster@managementcircle.de

Datenschutz-Hinweis: Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG)

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.595,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Kundenzufriedenheit steigern

Ich/Wir nehme(n) teil am:

WS

- 22. und 23. Mai 2006 in Frankfurt am Main** 05-50420
- 26. und 27. Juni 2006 in Berlin** 06-50421
- 17. und 18. Juli 2006 in München** 07-50422

1 NAME/VORNAME _____
POSITION/ABTEILUNG _____

2 NAME/VORNAME _____
POSITION/ABTEILUNG _____

3 NAME/VORNAME _____
POSITION/ABTEILUNG _____
MITARBEITER: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

FIRMENNAME _____

STRASSE/POSTFACH _____

PLZ/ORT _____

TELEFON/FAX _____

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!

Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL
(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESE MEDIUM INFORMATIONEN DER MANAGEMENT CIRCLE GRUPPE ZU ERHALTEN.)

DATUM _____ UNTERSCHRIFT _____

ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT: _____

ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN: _____ ABTEILUNG _____

RECHNUNG BITTE AN: _____ ABTEILUNG _____

Bitte rufen Sie mich an, ich interessiere mich für

- Inhouse Trainings
- Online Trainings
- Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten

Über Management Circle

Management Circle steht für **WissensWerte** und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen. Mit kompetenten Bildungsleistungen garantieren wir durch unsere Erfahrung Fach- und Führungskräften nachhaltigen Lernerfolg. Unser Angebot: Vom praxisnahen Seminar bis zur richtungsweisenden Kongressmesse – von der individuellen Bildungsberatung bis zum innovativen Online Training (www.webacad.de). Mit über 40.000 Teilnehmern bei unseren Präsenzveranstaltungen im vergangenen Jahr gehört die Management Circle AG zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum. Unser aktuelles und vollständiges Bildungsangebot finden Sie unter: www.managementcircle.de.

Aktuelle Veranstaltungsangebote: www.managementcircle.de