

Wie zufrieden sind Ihre Kunden?

# Kundenzufriedenheit messen & managen

→ Konzeption und Messinstrumente → Analyse und Auswertung → Maßnahmen und deren Umsetzung

- Zusammenspiel von Kundenzufriedenheit, Loyalität und Kundenwert kennen
- Eine Kundenzufriedenheitsanalyse speziell für Ihren Bedarf erfolgreich konzipieren
- Geeignete Messinstrumente bestimmen und einsetzen
- Ergebnisse richtig auswerten und den Handlungsbedarf ableiten
- Konkrete Maßnahmen in Ihrem Unternehmen umsetzen und Change-Prozesse initiieren
- Kundenbezogene Chancen effektiv umsetzen
- Kundenzufriedenheit als Steuergröße fest in Ihrem Unternehmen verankern
- Eigene Wettbewerbsposition verbessern

Mit vielen praktischen Hinweisen & Empfehlungen!

## Exklusive Praxisberichte:

- ✓ **Siemens AG:** Kundenfeedback als wichtiger Impulsgeber für CRM und strategisches Marketing!
- ✓ **SAP Deutschland AG:** Kundenzufriedenheitsmessung bei Partnerkunden von SAP®

Ihre Experten:



Prof. Klaus W. Bochmann  
**IMAGIN Prof. Bochmann AG**



Dr. Markus Mierzwa  
**IMAGIN Prof. Bochmann AG**



Elmar Rieken  
**IMAGIN Prof. Bochmann AG**



Stephan Limpert  
**SAP Deutschland AG & Co. KG**



Heinz Nehrenheim  
**Siemens AG**

Exklusiv für Sie am:

12. und 13. November 2008 in Frankfurt am Main

Hoher Lernerfolg durch begrenzte Teilnehmerzahl!

**MANAGEMENT CIRCLE**®  
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

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

## So kommen Sie von der Konzeption zur praktischen Umsetzung!

Ihre Seminarleiter:  
Prof. Klaus W. Bochmann, Vorsitzender des Vorstandes,  
Dr. Markus Mierzwa, Senior Management Consultant  
Elmar Rieken, Senior Consultant, **IMAGIN Prof. Bochmann AG**, Eppstein

Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminarunterlagen **ab 8.45 Uhr**

### 9.30 Herzlich willkommen!

- Begrüßung durch die Seminarleiter
- Darstellung der Zielsetzung des Seminars
- Abgleich mit Ihren Erwartungen als Teilnehmer

### Zusammenspiel von Kundenzufriedenheit, Loyalität und Kundenwert

### 9.45 Die Kundenwertkette

- Kundenzufriedenheit und Loyalität als elementare Glieder der Kundenwertkette
- Nutzen von aggregiertem Kundenfeedback
- Nutzen von individuellem Kundenfeedback
- Exkurs: „Interne Vermarktung“ von Kundenzufriedenheitsanalysen

11.15 Kaffee- und Teepause

### 11.30 Praxisbeispiel Tank & Rast: „Erlebte Qualität zahlt sich aus“

- Am konkreten Beispiel werden Vorgehen und kritische Erfolgsfaktoren erläutert
- Sie erhalten Tipps und Hinweise für Ihre Praxis

12.30 Gemeinsames Mittagessen

Praxisbericht!

### 13.45 Kundenfeedback als wichtiger Impulsgeber für CRM und strategisches Marketing

- Verzahnung von strategischer und operativer Kundenbefragung
- Zusammenspiel von Kunden- und Wettbewerbskundenbefragung
- Strategische Fokussierung auf Key Value Drivers
- Zielgerichtete Arbeit mit aggregierten und kundenindividuellen Befragungsergebnissen

Heinz Nehrenheim  
Marketing Projekt Manager,  
**Siemens AG**, München

### Planung und Konzeption

### 14.30 Konzeption einer Kundenzufriedenheitsanalyse

- Definition der Zielsetzung – Identifizierung der relevanten Kundensegmente
- 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

15.30 Kaffee- und Teepause

### Geeignete Messinstrumente entwickeln und einsetzen

### 15.45 Das Messinstrument entwickeln – Der Fragebogen zu Kundenzufriedenheit und -loyalität

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

### 16.45 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 Stichproben-Management
- Qualitätsmanagement vor, während und nach der Befragung
- Typische Störungen aus dem Feld und ihre Behebung

### 18.00 Tagesabschluss

- Zusammenfassung des ersten Tages und Gelegenheit zur Klärung Ihrer Fragen

ca. 18.15 Ende des ersten Seminartages und **Get-Together**

### Get-Together

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

# Auswertung der Ergebnisse vornehmen, konkrete Maßnahmen ableiten und Change-Prozesse initiieren!

Ihre Seminarleiter:  
Prof. Klaus W. Bochmann  
Dr. Markus Mierzwa  
Elmar Rieken

### 8.30 Es geht weiter!

- Überleitung zu den Themen des zweiten Seminartags

### Erfolgsfaktoren bei Befragung und Auswertung

### 8.45 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

Praxisbericht!

### 10.00 Kundenzufriedenheitsmessung bei Partnerkunden von SAP®

- Entwicklung des Fragebogens
- Beschaffung von geeigneten Adressen
- Durchführung der Befragung
- Gewichtunganalyse
- Ermittlung des Handlungsbedarfs (Portfolio-Methode)
- Entwicklung des Online Analyse- und Reportingtools

Stephan Limpert  
SAP Deutschland AG & Co. KG, Walldorf

### 11.00 Kaffee- und Teepause

### Change: Management, Prozesse, Kundenbeziehung und Value Proposition

Mit  
Praxisworkshops!

### 11.15 Change: Management – Das Abarbeiten des Handlungsbedarfs

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

### 12.15 Gemeinsames Mittagessen

### 13.30 Change: Prozesse

- Ermittlung des prozessualen Handlungsbedarfs
- PDCA/Kontinuierliche Verbesserungsprozesse
- Best Practice bei Kundenerlebnisstandards
- Einbettung in übergeordnete Veränderungsprozesse

### 14.30 Kaffee- und Teepause

### 14.45 Change: Kundenbeziehung

- Ermittlung des kundenbezogenen Handlungsbedarfs
- Umsetzung von kundenbezogenen Chancen/Abbau von kundenbezogenen Risiken
- Einbettung in den Kundenbetreuungsprozess
- Dos und Don'ts

### 15.45 Change: Value Proposition

- Ermittlung der Stärken
- Erstellung eines Preis-/Leistungsportfolios
- Identifikation der Zielwettbewerber und Zielkunden
- Maßnahmen zur Verbesserung der Wettbewerbsposition

### 16.45 Seminarabschluss

- Kurze Zusammenfassung der Ergebnisse und Gelegenheit für Ihre Fragen

ca. 17.00 Ende des Seminars

### So urteilen ehemalige Teilnehmer:

- „*Sehr praxisorientiert, vor allem auch durch die intensive Diskussion im Teilnehmerkreis!*“
- „*Komprimiert und gut verständlich! Ich habe viele Anregungen mitgenommen!*“
- „*Expertenwissen auf hohem Niveau!*“
- „*Erwartungen an die Veranstaltung wurden erfüllt!*“
- „*Sehr gute Veranstaltung. Die Grundlagen werden anschaulich dargestellt. Kompetente Vortragende. Veranstaltungsort optimal gewählt. Empfehlenswert!*“

### Nur zufriedene Kunden sind loyal

Die Zufriedenheit Ihrer Kunden ist ein **entscheidender Erfolgsfaktor** für Ihren dauerhaften unternehmerischen Erfolg. Machen Sie daher die Kundenzufriedenheit in Ihrem Unternehmen zu einem **strategischen Ziel**.

### Von der Konzeption bis zur Auswertung

Sie lernen die Erfolgsfaktoren für die **Konzeption, Durchführung** und **Auswertung** kennen. Sie erfahren alles, was Sie wissen müssen – von den richtigen Messinstrumenten bis zur Ableitung des konkreten Handlungsbedarfs und der Initiierung von Change-Prozessen.

### Sie lernen hier, wie Sie

- **Kundenzufriedenheit als Steuergröße** in Ihrem Unternehmen verankern!
- das Zusammenspiel von **Kundenzufriedenheit, Loyalität** und **Kundenwert** managen!
- eine **Kundenzufriedenheitsanalyse** erfolgreich konzipieren!
- die **geeigneten Messinstrumente** bestimmen!
- die Ergebnisse richtig auswerten und den **entsprechenden Handlungsbedarf** erkennen!
- **konkrete Maßnahmen** für Ihr Unternehmen ableiten und **Change-Prozesse** initiieren!
- Ihre Zielwettbewerber und Zielkunden identifizieren und Ihre **Wettbewerbsposition verbessern!**

### Sie haben noch Fragen?

Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail.

*Viva Bredenbeck*



**Viva Bredenbeck**

Konferenz Managerin

Tel.: 0 61 96/47 22-691

E-Mail: [bredenbeck@managementcircle.de](mailto:bredenbeck@managementcircle.de)

### So profitieren Sie

- Die Referenten geben ihre **Praxiserfahrungen** direkt an Sie weiter.
- Sie haben die Möglichkeit, Ihre neuen Kenntnisse **direkt in die Praxis umzusetzen**.
- Sie erhalten **Empfehlungen und Tipps** für die Umsetzung in Ihrem Unternehmen.
- Die **Praxisberichte** und der Austausch mit den Referenten und Fachkollegen bieten Ihnen viele **neue Anregungen**.
- Sie lernen in angenehmer Seminaratmosphäre und erhalten **ausführliche Seminarunterlagen** für Ihren Praxistransfer.

### Prof. Klaus W. 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.

### Stephan Limpert

ist für die **SAP AG** in Walldorf tätig. Dort ist er Globaler Programm-Manager der SAP Kunden- und Partnerzufriedenheitsumfrage im Mittelstand. Nach dem Studium der Soziologie und der Politikwissenschaft in Heidelberg und in Florenz sammelte er Erfahrungen im Bereich Umfrage- und Marktforschung bei der Forschungsgruppe Wahlen e.V. und bei SAP. Bei SAP Deutschland und später in der Region EMEA war er verantwortlich für verschiedene Marktforschungsprojekte.

### Dr. Markus Mierzwa

ist Senior Management Consultant bei der **IMAGIN Prof. Bochmann AG** in Eppstein im Taunus. Nach dem Studium des Wirtschaftsingenieurwesens promovierte er im Fach Marketing an der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung in Vallendar. Erste Beratungserfahrungen sammelte er bei der IHK Koblenz, bevor er 1994 in die Geschäftsleitung eines mittelständischen Industrieunternehmens wechselte. Seit Ende 1997 ist er als Berater bei der IMAGIN tätig.

### Heinz Nehrenheim

ist Marketing Projekt Manager bei der **Siemens AG** in München im Bereich IS DT Electronic Assembly. Nach einer Ausbildung zum KFZ-Elektriker und der Weiterbildung zum Informationselektroniker konnte er erste Berufserfahrungen im Hause Siemens als Außendienstmitarbeiter im Bereich Prozessrechner-technik erwerben. Danach erfolgte ein Wechsel in den Bereich der Siemens SMD Bestückautomaten. Hier beschäftigt sich Heinz Nehrenheim mit der Entwicklung, der Einführung und dem Betrieb von vertriebsunterstützenden Tools. Dazu gehören ein globales CRM-System, ein 3D-Vertriebskonfigurator sowie die kontinuierliche Messung und Bewertung der Zufriedenheit von Siemens IS DT EA-Kunden und auch von potentiellen Kunden.

### Elmar Rieken

ist Senior Consultant bei der **IMAGIN Prof. Bochmann AG** in Eppstein im Taunus. Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre sammelte er erste Berufserfahrung als Leiter der Marktforschung bei einem international führenden Handelsunternehmen. Seit 1999 ist er als Berater bei der IMAGIN tätig und betreut dort vor allem Projekte mit internationaler Ausrichtung.

## AUCH ALS INHOUSE TRAINING

### So individuell wie Ihre Ansprüche – Inhouse Trainings nach Maß!

Zu allen Themenbereichen bieten wir auch firmeninterne Schulungen an. Ihre Vorteile: Kein Zeitverlust – passgenau für Ihren Bedarf!

Ich berate Sie gerne und erstelle Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie mich an.



**Dirk Gollnick**

Tel.: 0 61 96/47 22-646

E-Mail: [gollnick@managementcircle.de](mailto:gollnick@managementcircle.de)

## Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

- Sie lernen, wie Sie Schritt für Schritt eine **Kundenzufriedenheitsanalyse konzipieren, durchführen und auswerten**.
- Sie entwickeln die **geeigneten Messinstrumente und Analyse-techniken**.
- Sie profitieren vom **Erfahrungsaustausch** und dem **Praxiswissen** der Referenten.

## Wen Sie auf diesem Seminar treffen

Dieses Praxis-Seminar 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.

## Termin und Veranstaltungsort

### 12. und 13. November 2008 in Frankfurt am Main

Fleming's Hotel Frankfurt an der Neuen Börse  
Elbinger Straße 1-3  
60487 Frankfurt  
Tel.: 069/506040-0  
Fax: 069/506040-999  
E-Mail: frankfurt@flemings-hotels.com

### Zimmerreservierung

Für die Seminarteilnehmer steht im 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.

Mit der Deutschen Bahn **ab € 69,-** zur Veranstaltung.  
Infos unter:  
[www.managementcircle.de/bahn](http://www.managementcircle.de/bahn)



## Über Management Circle

**Management Circle** steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen. Die Management Circle AG zählt mit einem umfangreichen Weiterbildungsprogramm zu den **Marktführern** im deutschsprachigen Raum. Informieren Sie sich aktuell und umfassend unter: [www.managementcircle.de](http://www.managementcircle.de)

## 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.

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation €1.795,-. 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.

Ich/Wir nehme(n) teil:

WS

## Kundenzufriedenheit messen & managen

12. und 13. November 2008 in Frankfurt/Main 11-59525

1	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
2	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
3	NAME/VORNAME
	POSITION/ABTEILUNG
	FIRMENNAME
	STRASSE/POSTFACH
	PLZ/ORT
	TELEFON/FAX

MITARBEITER:  BIS 100  100-200  200-500  500-1000  ÜBER 1000

### 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 DIESES MEDIUM INFORMATIONEN DER MANAGEMENT CIRCLE GRUPPE ZU ERHALTEN.)

DATUM	UNTERSCHRIFT
ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT:	
ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN:	ABTEILUNG
RECHNUNG BITTE AN:	ABTEILUNG

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

## Anmeldung/Kundenservice



Telefon: +49 (0) 61 96/47 22-700  
Fax: +49 (0) 61 96/47 22-999  
E-Mail: [anmeldung@managementcircle.de](mailto:anmeldung@managementcircle.de)  
Internet: [www.managementcircle.de/11-59525](http://www.managementcircle.de/11-59525)  
Postanschrift: **Management Circle AG**  
**Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.**  
Telefonzentrale: +49 (0) 61 96/47 22-0