

Aktivieren Sie „schlafende“ und stoppen Sie abwandernde Kunden:

Aktive Kunden- Rückgewinnung

Abwanderungs-Prävention, Kunden-Reaktivierung und -rückgewinnung

- ◆ Auswahl von rentablen zurückgewinnbaren Kunden
- ◆ Kündigungsbarrieren und Kündigungsverhalten
- ◆ Konzeption von Reaktivierungs- und Rückgewinnungsaktionen
- ◆ Kalkulation der Kosten
- ◆ Durchführung der Kampagnen
- ◆ Controlling der Rentabilität

Kunden-Rückgewinnung und -reaktivierung – was ist rechtlich möglich?

- ◆ Nutzung kundenspezifischer Daten
- ◆ Kontaktaufnahme gegenüber ehemaligen Kunden
- ◆ Zulässige Vergünstigungen etc.

Ihre Referenten:

Prof. Klaus Bochmann

Dr. Markus Mierzwa

IMAGIN Prof. Bochmann AG

Dr. Alexander R. Klett, LL.M.

GLEISS LUTZ Rechtsanwälte

Karl-Heinz Schödel

Xerox GmbH

Dirk Walter

E-Plus Mobilfunk GmbH

& Co. KG

Lernen Sie die Erfolgsfaktoren
für eine effiziente
Kundenrückgewinnung kennen!

So beurteilen Teilnehmer
Management Circle-Seminare:

„Hoher Praxisbezug, direkt
umsetzbare Konzepte.“

„Sehr erfahrene Referenten, alle
Fragen wurden beantwortet.“

„Sehr hilfreicher Erfahrungsaustausch mit Teilnehmern und
Referenten.“

Ihr Termin:

30. und 31. Januar 2007 in Frankfurt am Main

Hoher Lernerfolg durch
begrenzte Teilnehmerzahl!

MANAGEMENTCIRCLE®
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

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

Die drei Erfolgsstrategien für den Erhalt Ihrer wertvollen Kunden!

Ihr Seminarleiter:

Prof. Klaus Bochmann, Vorsitzender des Vorstandes,
Dr. Markus Mierzwa, Managing Consultant, **IMAGIN Prof. Bochmann AG**, Eppstein

Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen **ab 8.15 Uhr**

9.00 Begrüßung durch die Seminarleiter

Herzlich Willkommen

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

9.30 Prävention – Rückgewinnung – Reaktivierung

- Abgrenzung der drei Ansätze zum Kundenerhalt
- Der blinde Fleck im Unternehmen: Kundenabwanderung
- Auswirkungen der Kundenabwanderung auf das Unternehmenswachstum
- Drei typische Kampagnen-Modelle für die drei Ansätze zur Reduktion von Kundenabwanderung
- Kundenwert und Erfolgspotenziale, Berechnung der Kampagnenrendite

10.45 Kaffee- und Teepause

11.15 Prävention, Teil 1: Abwanderungsrisiken erkennen

- Klassische Churn-Indikatoren
- Die Ermittlung von Geschäftsrisiken aus dem individuellen Kundenfeedback von Kundenbefragungen
- Das Kundenrisiko-Portfolio: Zufriedenheit x Loyalität
- Die besondere Rolle von Beschwerden und Anregungen
- Statistische Analyse von Abwanderungsursachen
- Zielkundenbestimmung für die Abwanderungs-Prävention

12.30 Gemeinsames Mittagessen

14.00 Prävention, Teil 2: Abwanderungsrisiken abwenden

- Erfolgsfaktoren von Anti-Churn-Maßnahmen
- Individuelle Kommunikation und Script-Gestaltung
- Beispiele erfolgreicher Kampagnen aus unterschiedlichen Branchen
- Kalkulation der Kosten und Definition wirtschaftlicher Vorgaben
- Ansätze zur Steigerung der Kundenorientierung in der Unternehmenskultur

15.15 Kaffee- und Teepause

15.45 Customer First und aktive Kundenbindung bei Xerox

Direkt aus der Praxis!

- Integrierter Kundenbindungsprozess
- Initial Customer Care
- Complaint Management
- Customer Retention Programm
- Lessons Learned

Karl-Heinz Schödel
Head of Indirect Services,
Xerox GmbH, Neuss

17.30 Zusammenfassung des ersten Tages und Gelegenheit für die Klärung von Fragen

18.00 Ende der Veranstaltung

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!

Konzeption, Durchführung und Rentabilitätsprüfung erfolgreicher Kampagnen in der Praxis!

Ihr Seminarleiter:

Prof. Klaus Bochmann

Dr. Markus Mierzwa

9.00 Begrüßung durch die Seminarleiter

9.05 Kunden-Rückgewinnung, Teil 1: Planung einer Kampagne

- Der Kunde als Investitionsgut
- Das Rückgewinnungs-Portfolio: Kundenwert x Rückgewinnungswahrscheinlichkeit
- Durchführung eines Testmarktes zur Schätzung der Rückgewinnungswahrscheinlichkeit
- Zielgruppenanalyse, Script und Angebot für die Direktansprache
- Organisatorische Fragen und die Rolle der IT

10.15 Kaffee- und Teepause

Konkretes Fallbeispiel!
Learning by Doing!

10.45 Kunden-Rückgewinnung, Teil 2: Fallstudie

Die Realisierung einer Kampagne wird anhand eines konkreten Anwendungsfalles aus dem elektronischen Versandhandel durch die Teilnehmer unter Anleitung des Seminarleiters entwickelt

12.00 Gemeinsames Mittagessen

13.00 Re-Aktivierung schlafender Kunden

- Die verschiedenen Ursachen für Inaktivität
- Der „Schatz im Keller“: Potenzialanalyse im eigenen Adressbestand
- Entwicklung eines Testmarktes für die Potenzial-Verifizierung
- Beispiele erfolgreicher Re-Aktivierungs-Maßnahmen
- „Neukunden-Akquisition“ und „Kunden-Re-Aktivierung“: Sicherung der Priorisierung im Unternehmen

14.15 Zielgruppenorientiertes Kundenmanagement im Mobilfunkmarkt

Direkt aus der Praxis!

- Zielgruppenanalyse und -segmentierung
- Customer Lifecycle: der richtige Ansprachezeitpunkt
- Aktives Offermanagement
- Maßnahmen zur Rückgewinnung
- Reporting und Measuring

Dirk Walter

Teammanager,

E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG, Düsseldorf

15.15 Kaffee- und Teepause

15.45 Rechtliche Rahmenbedingungen für Maßnahmen zur Kundenrückgewinnung

- Wettbewerbsrechtliche Grenzen der Ansprache („Belästigung“)
 - Telefonische Ansprache
 - Ansprache durch Telefax
 - E-Mail-Versand
 - SMS/MMS
 - Haustürwerbung
 - Ansprache in der Öffentlichkeit
- Zivilrechtliche Grenzen der Ansprache
 - Telefonische Ansprache
 - Ansprache durch Telefax
 - E-Mail-Versand
 - SMS/MMS
 - Haustürwerbung
 - Ansprache in der Öffentlichkeit
- Spezialgesetzliche Regelungen, insbesondere Datenschutzrecht
- Strafrechtliche Aspekte
 - Nötigung
 - Sonstige Bestimmungen

Dr. Alexander R. Klett, LL.M.

Rechtsanwalt, assoziierter Partner,

GLEISS LUTZ Rechtsanwälte,

München

17.15 Zusammenfassung und Gelegenheit für abschließende Fragen

17.30 Ende der Veranstaltung

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

Zum Veranstaltungsinhalt

Neue Kunden stehen in vielen Märkten nicht mehr unbegrenzt zur Verfügung. Deshalb gewinnen die Abwanderungsprävention, die **Rückgewinnung abgewanderter** sowie die **Reaktivierung „schlafender“ Kunden** immer mehr an **Bedeutung**.

Wollen Sie wissen, welche drei Praxis-Strategien Ihnen für den erfolgreichen Kundenerhalt und die erfolgreiche Kundenrückgewinnung zur Verfügung stehen?

Unser Seminar **„Aktive Kundenrückgewinnung“** zeigt Ihnen in nur zwei Tagen,

1. wie Sie Kundenabwanderung weitestgehend vermeiden
2. „schlafende“ Kunden wieder erfolgreich für Ihr Unternehmen aktivieren und
3. bereits abgewanderte Kunden für Ihr Unternehmen zurückgewinnen.

Sie lernen konkret, **wie Sie Kampagnen planen und umsetzen**. Sie erarbeiten **direkt umsetzbare Konzepte** für die

- Berechnung des Kundenwerts
- Zielgruppenanalyse
- Planung eines Testmarkts zur Schätzung der Rückgewinnungswahrscheinlichkeiten
- individuelle Kommunikation und Script-Gestaltung
- besonders kritischen Erfolgsfaktoren

Außerdem hören Sie, welche **rechtlichen Aspekte Sie bei der Kundenreaktivierung und -rückgewinnung** unbedingt beachten müssen, damit Ihre Kampagnen rechtlich zulässig sind.

Nutzen Sie dieses Seminar und **investieren Sie erfolgreich in die wertvollen Kunden, die Ihr Unternehmen bereits kennen!**

Seminarmethodik

Die **Seminarinhalte** erlernen Sie abwechslungsreich an konkreten **Fallbeispielen, in Vorträgen** sowie **durch Learning by Doing**, in dem Sie selbst unter Anleitung des Seminarleiters eine Kampagne für den elektronischen Versandhandel entwickeln. So ist der **optimale Lerntransfer sichergestellt**, damit Sie die Seminarinhalte im eigenen Unternehmen direkt anwenden können.

Sie haben noch Fragen? Gerne!

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



Kirsten Kleinmann

Kirsten Kleinmann
Senior Konferenz Managerin
Tel.: 0 61 96/47 22-0

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.

Dr. Alexander R. Klett, LL.M.

LL.M. (Iowa), ist Rechtsanwalt und assoziierter Partner im Münchner Büro der Kanzlei **GLEISS LUTZ**. Er war seit 1999 zunächst als Rechtsanwalt bei einer US-amerikanischen Kanzlei tätig. Seit 2002 ist er bei GLEISS LUTZ, zunächst in Stuttgart, seit Anfang 2005 in München. Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind das Recht des unlauteren Wettbewerbs, das Urheberrecht, das Markenrecht und das Geschmacksmusterrecht.

Dr. Markus Mierzwa

ist Managing 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 Beratungserfahrung sammelte er bei der IHK Koblenz, bevor er 1994 in die Geschäftsleitung eines mittelständischen Industrieunternehmens wechselte. Seit Ende 1997 ist er bei der IMAGIN tätig.

Karl-Heinz Schödel

Dipl.-Ing, ist seit Mitte 2002 Head of Indirect Services bei der **Xerox Deutschland GmbH** in Neuss. Von 1999 bis 2002 gestaltete er als European Field Logistics Manager im Rahmen eines internationalen Assignments die europäischen Service Operations Materialversorgungsprozesse innerhalb der Xerox Europe M&SC Operation. Als Service Director der Xerox Channels Groups, Service Marketing Leiter und Service Chef in München hat er den After Sales Service als erfolgreiches Business etabliert.

Dirk Walter

ist seit 2002 Team Manager Customer Base Marketing Business der **E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG** in Düsseldorf. Er ist verantwortlich für das Management der Retention- und Development- Kampagnen sowie der Upgrade- und Aftersales- Programme im Geschäftskundenbereich. Darüber hinaus betreut er unterschiedliche CRM-Projekte und entwickelt Konzepte zur Abbildung eines detaillierten Customer Lifetime Value, zur Kundensegmentierung und zum kundenwertorientierten Beschwerdemanagement.

Ihr Nutzen aus diesem Seminar

- Sie kennen den Wert Ihrer Kunden und wissen, bei welchen Zielgruppen sich Rückgewinnungsmaßnahmen lohnen.
- Sie haben gelernt, welche rechtlichen Aspekte Sie bei der Planung und Durchführung Ihrer Kampagnen beachten müssen.
- Sie haben eine Strategie für die individuelle Kommunikation mit Ihren Kunden und die Script-Gestaltung.
- Sie kennen die kritischen Erfolgsfaktoren für die gelungene Durchführung einer Reaktivierungs- und Rückgewinnungskampagne.
- Sie können durch Analysen die Abwanderungsursachen bestimmen und so zukünftig bereits präventiv der Kunden-Abwanderung entgegen wirken.

Warum Sie diese Veranstaltung besuchen sollten

Sie wissen, dass Ihre Kunden wirklich wertvoll sind. Sie wollen deshalb erfahren, **wie** die drei **Praxis-Strategien zum erfolgreichen Kunden-Erhalt aussehen**. Insbesondere interessiert Sie, **wie** Sie „**schlafende**“ Kunden reaktivieren und bereits **abgewanderte Kunden wieder zurück gewinnen**. Sie wollen lernen, **wie Sie Kampagnen** für diese beiden Ziele **konzipieren, durchführen und auf ihre Rentabilität hin überprüfen**.

Wer sollte teilnehmen?

Führungskräfte der Bereiche **Kundenrückgewinnung, Beschwerdemanagement, Customer Care, Kundenservice, Customer Service, Kundenbetreuung, Marketing sowie Mitarbeiter von Call-, Customer-Care und Service-Centern**. Außerdem angesprochen sind **Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsleitung**.

Termin und Veranstaltungsort

30. und 31. Januar 2007 in Frankfurt am Main

Dorint Novotel Frankfurt
Hahnstraße 9
60528 Frankfurt
Tel.: 0 69/6 63 06-0
Fax: 0 69/6 63 06-600
E-Mail: reservierung.frafur@dorint.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.

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

Anmeldung:

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 22-500 (Fax: -562)
E-Mail: marketingservice@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.

Aktive Kunden-Rückgewinnung

Ich/Wir nehme(n) teil am:

ws

30. und 31. Januar 2007 in Frankfurt am Main01-52762

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
- E-Learning
- 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. Vom praxisnahen Seminar bis zur richtungsweisenden Kongressmesse – vom individuell konzipierten Inhouse Training, praxisorientierten schriftlichen Management-Lehrgang bis zum innovativen E-Learning erhalten Sie alles aus einer Hand. 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