

Im Wettbewerb um Kunden Kundenorientierung im Mittelstand

Jedes Unternehmen muss seine Produkte oder Dienstleistungen verkaufen. Neue Kunden gewinnen und vorhandene Kunden binden sind die entscheidenden Faktoren für den dauerhaften Erfolg des Unternehmens. Der Weg zum Kunden führt über die Kommunikation mit dem Kunden. Der Vertrieb im Unternehmen hat das Ohr am Kunden, um wichtige Informationen über Kundenbedürfnisse und Zufriedenheit zu erlangen. Der Unternehmer blickt auf neue Kundenzielgruppen und steuert die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens.

Die Schlüsselfragen verdeutlichen die Erfolgspotentiale des Unternehmen:

- Was weiß der potentielle Kunde über die Produkte und Leistungen des Unternehmens?
- Was weiß das Unternehmen über die möglichen Kunden und Marktanforderungen?
- Ist der Vertrieb von den Leistungen des Unternehmens überzeugt?
- Wie sehen die konkreten Ziele des Unternehmens aus?
- Wie können die Ziele erfolgreich und kostenschonend umgesetzt werden?

Kundenorientierung und elektronische Medien

Kundenorientierung im Mittelstand nimmt an Bedeutung zu. Die neuen elektronischen Medien haben dabei eine wichtige und strategische Funktion. Über diese werden die Kommunikationskanäle zum Kunden ausgebaut. Und sie sind ein ständiger Informationskanal vom Kunden zum Unternehmen, vom Unternehmen zum Kunden, von Unternehmen zu Unternehmen. Bereits 77.2 % der kleinen Unternehmen mit unter zehn Mitarbeitern verfügten in 2001 über Internetzugang, mit weiter steigender Tendenz. Bei Unternehmen ab 50 Mitarbeitern ist mit 95.5% eine nahezu vollständige Abdeckung von Internetzugängen erzielt. *(Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Juni 2003).*

Die Ansprüche an das Unternehmen werden mit zunehmender Nutzung der neuen Kommunikationsmedien umfangreicher.

- Stärkere Präsenz beim Kunden
- Erschließung neuer Kundenzielgruppen
- Leichter und schneller Kundenkontakt
- Teilnahme an elektronischen Marktplätzen
- Teilnahme an elektronischen Ausschreibungen
- Erstellung elektronischer Kataloge
- Zusätzliche Serviceleistungen des Unternehmens
- Aktuelle Marktinformationen
- Aktuelle Kundeninformationen

Wie können Verkaufs- und Marketingmaßnahmen verbessert werden? Welche Bedeutung erlangen Zielgruppen? Wie lassen sich bewährte Methoden und neue elektronische Medien sinnvoll für das Unternehmen in der Kundengewinnung und Kundenbindung nutzen und kombinieren? Wie lassen sich neue Vertriebskanäle und Absatzmärkte auch für kleine Unternehmen kostengünstig und wirksam erschließen? Wie gewinnt das Unternehmen neue Kunden unter verschärften Wettbewerbsbedingungen? Wie kann das Unternehmen seine Serviceleistungen optimieren?

Thematische Schlagwörter

- Kundenorientierung
- Kundengewinnung / Akquisition
- Kundenzufriedenheit
- Kundenzielgruppen
- Elektronische Kommunikation
- Elektronische Marktplätze
- Elektronische Ausschreibungen
- Elektronische Kataloge

Stichwortverzeichnis

M2: Kundenstrategien

Kundenmanagement

- Akquisition
- Analytisches CRM
- Digitaler Kundendialog
- Geschäftsbeziehungscontrolling
- Key Account Management
- Kundenattraktivitätsanalyse
- Kundenbezogene Kennzahlen
- Kundenbindung
- Kundenbindungsanalyse
- Kundencontrolling
- Kundenmanagement
- Kundenorientiertes Marketing
- Kundenportfolio
- Kundenstrategien
- Kundenstrukturanalyse
- Kundenwertanalyse
- Kundenzufriedenheit
- Mobiles CRM
- Neukundengewinnung
- Servicemanagement
- Servicemarketing
- Servicernummerkonzepte
- Strategisches CRM

- Teleservice
- Unternehmensportale
- Verkauf übers Internet
- Verkaufsunterstützende Öffentlichkeitsarbeit
- Vertriebscontrolling
- Vertriebsmarketing

K2: Kunden-Kommunikation

- Dialog-Marketing
- Digitaler Kundendialog
- Event-Marketing
- Geschäftsbriefe
- Kundenbeiträge
- Kundendifferenzierung
- Lead Bearbeitung Messe
- Messen und Ausstellungen
- Persönlicher Verkauf
- Telefonmarketing
- Unternehmensvorträge
- Verkaufsförderung
- Vertriebsmarketing
- Zusammenarbeit Vertrieb und Marketing

EUMAK-SEMINARE

Die EUMAK-Seminare vermitteln Hintergrundwissen und Anregungen für die betriebliche Praxis, sie liefern weiterführende Informationen und stellen einen fachkompetenten Ansprechpartner vor.

EUMAK-FORUM

Unternehmer, die mehr über bereits gesammelte Erfahrungen von Unternehmerkollegen erfahren wollen, können dieses im EUMAK-Forum tun. In einer moderierten Diskussionrunde stellt ein Unternehmer seinen Praxisbericht vor und antwortet auf Fragen seiner Unternehmerkollegen.

Zusammenarbeit mit Partnern

Die Veranstaltungen werden in Zusammenarbeit mit Partnern durchgeführt.

Die Veranstaltungsinhalte werden unter Berücksichtigung der Anforderungen und Vorkenntnisse der jeweils angesprochenen Zielgruppen angeboten und vermittelt. Die EUMAK richtet sich schwerpunktmäßig an die Unternehmensleitung sowie Mitarbeiter aus den Fachabteilungen.

Ihr Ansprechpartner

Bettina van Megern

Telefon: 0211-376 375

email: bvm@tagung.com

www.eumak.de