

Neue Kunden gewinnen!

Mehr Kunden für das Angebot!

Abstrakt

Die Aufgabenstellung der Neukundenakquisition kann in die Phasen der Überzeugung, der Stimulierung und der Eingewöhnung (Sozialisation) strukturiert werden. In der Überzeugungsphase kann zwischen dem "Versprechen" und der "Empfehlung" unterschieden werden. Für jede dieser Phasen haben sich, ausgehend von der Kampagnenzielsetzung, unterschiedliche Ansätze bewährt. Erfahren Sie in diesem Kurs, wie Sie die Mittel der Leistungs-, Kommunikations-, Preis-, Vertriebs- und Personalpolitik zielgerichtet und effizient zur Akquisition von neuen Kunden einsetzen.

Ziele/Nutzen (Nach der Veranstaltung können die Teilnehmer...)

- (1) potenzielle Neukunden überzeugen,
- (2) potenzielle Neukunden stimulieren und
- (3) Neukunden eingewöhnen (sozialisieren)

Inhalte

- (1) Aufgabenstellung Neukundenakquisition
- (2) Überzeugen - Theorie und Anwendung
- (3) Stimulieren - Theorie und Anwendung
- (4) Sozialisation - Theorie und Anwendung

Methoden

- Selbststudium: Online Bereitstellung der Inhalte (inkl. Vorlagen und Handbücher)
- Offene Seminare: Teilnehmer aus verschiedenen Unternehmen
- Geschlossene Seminare: Teilnehmer aus einem Unternehmen (kundenindividuelle Lösung)
- Workshops: zur Entwicklung eines Kampagnenplanes
- Impulsreferat: 45-Minuten Referat zum Thema

Zeitaufwand (Teilnehmersicht)

- Selbststudium: 4 Tage
- Seminare: 2 Tage
- Workshops: kundenindividuelle Lösung je nach Bedarf
- Impulsreferat: 45 Minuten

Zielgruppe

Zielgruppen sind alle jene, die in ihren Unternehmen und Organisationen mit der Neukundenakquisition betraut sind. In erste Linie sollten sich Marketing- und Vertriebsmitarbeiter angesprochen fühlen.