

Anne M. Schüller Zukunftstrend Kundenloyalität

Exklusiv in
Österreich!
Limitierte
Teilnehmer-
zahl!

Reservieren Sie mir bitte zu den angegebenen Bedingungen:

_____ Plätze für Salzburg, 14. April 2010, 09.30 – 17.30 Uhr

Name, Vorname

Namen weiterer Teilnehmer

Firma

Straße

PLZ/Ort

Telefon

Telefax

E-Mail

Ihre Position im Unternehmen

Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen

1-20 21-100 101-500 über 500

Ich habe eine Abo-Nr./einen Vorteilscode _____
und zahle deshalb nur € 450,- zzgl. 20% MwSt. (auch bei diesem Preis profitiere ich von etwaigen Gruppenermäßigungen!)

Ich bezahle nach Erhalt der Rechnung und nehme zur Kenntnis, dass der rechtzeitige Zahlungseingang Voraussetzung für die
Sicherung meiner Platzreservierung ist.

Stornobedingungen: Bei Stornierung bis 7 Tage vor dem Seminartermin werden 50% des Seminarpreises verrechnet, danach sowie
bei Nichterscheinen wird der gesamte Seminarpreis fällig, Sie können aber natürlich gerne einen Ersatzteilnehmer schicken.

Datum, Unterschrift

Zeit

Donnerstag, 14. April 2010
09.30 – 17.30 Uhr

Das Seminar beginnt pünktlich. Wir empfehlen, rechtzeitig
einzuchecken (ab 09.00 Uhr möglich).

Ort

Renaissance Hotel
Fanny-von-Lehnert-Str. 7, 5020 Salzburg

Eine Anfahrtsskizze erhalten Sie mit Ihrer
Anmeldebestätigung.

Preis

€ 490,-/€ 450,-* zzgl. 20% MwSt.
inkl. Seminarunterlagen, Mittagessen
und Kaffeepausen

Gruppenpreise

 (für Teilnehmer derselben Firma)

ab 2 Personen 10% = € 465,-/€ 427,-* p.P.
ab 4 Personen 15% = € 441,-/€ 405,-* p.P.

* Vorteilspreis für Abonnenten von business bestseller.

So melden Sie sich an

Faxen Sie uns bitte den Anmeldekupon links.
Sie erhalten umgehend eine schriftliche An-
meldebestätigung, die zugleich als Rechnung
dient. Wenn Sie gleichzeitig mit Ihrer Anmel-
dung ein Abonnement von business bestseller
oder business bestseller summaries bestellen,
können Sie schon bei diesem Seminar vom
Vorteilspreis für Abonnenten profitieren!
Nähere Infos zu unseren Medien finden Sie
unter www.business-bestseller.com.

Stornobedingungen

Bei Stornierung bis 7 Tage vor Seminarbeginn
werden 50% des Seminarpreises verrechnet,
danach sowie bei Nichterscheinen wird der
gesamte Seminarpreis fällig, Sie können
aber natürlich gerne einen Ersatzteilnehmer
schicken.

Hotline: (0810) 24 28 00

Anne M. Schüller

Anne M. Schüller ist Management-
Consultant und gilt als führende
Expertin für Loyalitätsmarketing.
Über 20 Jahre hat sie in leitenden Vertriebs-
und Marketingpositionen verschiedener
Dienstleistungsbranchen gearbeitet und
dabei mehrere Auszeichnungen erhalten.
Die Diplom-Betriebswirtin und neunfache
Buch- und Bestsellerautorin gehört zu den
gefragtesten Referenten im deutschsprachi-
gen Raum. Sie arbeitet auch als Business-Train-
erin und lehrt an mehreren Hochschulen.
Managementbuch.de zählt sie zu den wich-
tigen Managementdenkern. Zu ihrem Kun-
denkreis zählt die Elite der deutschen, öster-
reichischen und schweizerischen Wirtschaft.
www.anneschuller.de

«Menschen wollen sich glücklich kaufen.»

Presse- und Teilnehmerstimmen

«Das Seminar mit Ihnen war wieder ein voller Erfolg. Unsere Mitar-
beiterinnen und Mitarbeiter sind begeistert und werden bestimmt
einiges an ihrer Arbeit verändern. Vielen, vielen Dank nochmals
für die mitreißende Veranstaltung.» **Oliver Kugler**

Kugler Feinkost GmbH, Grasbrunn

«Meine Kollegen/-innen und ich konnten zwei aus-
gezeichnete Trainingstage mit Ihnen verbringen!

Von allen durchgeführten Schulun-
gen haben Sie am besten abge-
schnitten.» **Thorid Klantschnitsch**

Le Patron, Schweiz

«Kaum ein anderer Trainer hat
derzeit so viel zu sagen wie
Frau Schüller.» **Marcel Klotz**

IBM Deutschland



Veranstalter

business bestseller VerlagsgmbH
Europahaus | A-6020 Innsbruck
seminare@business-bestseller.com

Tel. (0810) 24 28 00

Fax (0810) 24 28 20

aus ganz Österreich zum Ortstarif max. 6,7 Cent/min.

Für alle Fragen und Auskünfte steht Ihnen
Sabine Pittl unter Tel. (0512) 56 17 40–33
gerne zur Verfügung.

business bestseller **seminare**

Anne M. Schüller

Kunden auf der Flucht

Wie Sie loyale Kunden gewinnen und halten

Salzburg
14. April 2010

Renaissance Hotel Salzburg
09.30 – 17.30 Uhr

Exklusiv in
Österreich
Limitierte
Teilnehmerzahl!



Anmeldefax (0810) 24 28 20 | www.business-bestseller.com

Zukunftstrend Kundenloyalität

Mit loyalen Mitarbeitern und treuen Kunden zum Erfolg

Nicht Konsumverzicht, sondern Loyalität ist die schärfste Waffe des Kunden. Denn irgendwann wird jeder wieder kaufen (müssen), fragt sich nur, bei wem! Kundenloyalität gilt als die größte unternehmerische Herausforderung der Zukunft. Wenn die Angebote immer zahlreicher und vielfältiger, die Kunden dagegen weniger und immer illoyaler werden, ist es umso wichtiger, die Kunden zu halten und zu pflegen, die man schon gewonnen hat – und neue treue Kunden zu

finden. Am besten solche, die zu aktiven positiven Empfehlern werden. Doch dies ist nicht mit einem schnellen Zehn-Punkte-Programm machbar. Loyalität geht vielmehr jeden im Unternehmen an – und zwar auf Dauer! Grundvoraussetzung ist eine loyalitätsbasierte Unternehmenskultur. Ist Loyalität in der Unternehmensstrategie fest verankert, muss sie vom Management auch vorgelebt werden. Das ist die Basis für Mitarbeiterloyalität. Und nur, wenn der Mitarbeiter loyal ist, ist es auch der Kunde. Kunden- und Mitarbeiterloyalität stehen in

einem engen Zusammenhang. Sie verstärken sich gegenseitig – im positiven wie im negativen Sinne. Wer in Loyalitätsmarketing investiert, wer am Ende die loyalsten Kunden hat, der wird sich erfolgreich von der allgemeinen Marktentwicklung abkoppeln können, der macht das Rennen. Im Seminar erfahren die Teilnehmer Schritt für Schritt, wie das alles ganz genau funktioniert und wie Loyalitätsmarketing Unternehmen dauerhaft erfolgreich macht – ohne dass dies viel kostet.



Das größte Vermögen, das ein Unternehmen besitzt, ist die Loyalität seiner Kunden. Je länger es einen rentablen Kunden behält, desto mehr Gewinn kann es durch ihn erzielen. Oberstes Ziel sollte daher folgendes sein:

- ▶ **Loyale Kunden gewinnen und dauerhaft halten**
- ▶ **Möglichst keinen profitablen Kunden verlieren, den man behalten will**
- ▶ **Die Kunden, die man hat, zu aktiven Empfehlern machen**

Wie klug es ist, seine treuen Kunden zu halten und zu pflegen, zeigen eindrücklich die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage im Rahmen des Excellence Barometers 2009. So würden 57 Prozent der Befragten ihren bevorzugten Anbieter weiterempfehlen, während dies bei einer sporadischen Kundenbeziehung nur 27 Prozent tun.

Wer einem Anbieter treu verbunden ist, hilft ihm zu 94 Prozent über Reklamationen und zu 74 Prozent über die Teilnahme an Kundenbefragungen, besser zu werden. Für einen Anbieter, mit dem man nur hin und wieder zu tun hat, sind diese Zahlen deutlich niedriger: Sie betragen 77 respektive 41 Prozent.

Selbst bei einem eventuell notwendigen Wechsel zahlt sich Kundentreue auf jeden Fall aus. So würden 82 Prozent der Befragten ihren Lieblingsanbieter warnen, bevor es zu spät ist. Und 86 Prozent wären bereit, zurückzukehren, wenn die Leistung sich wieder verbessert hat. Einen gelegentlichen Anbieter warnen nur 33 Prozent der Befragten. Und nur 66 Prozent kämen gegebenenfalls zurück.

Wie man zu engagierten, durch und durch treuen Immer-Wieder-Käufern kommt, zeigt dieses praxisnahe Profi-Seminar.

Schwerpunkte des Seminars

- ▶ **Kundenloyalität ist ein Turbo für den Erfolg**
- ▶ **Wie Kundenloyalität funktioniert: Die Bausteine der Loyalität**
- ▶ **Die Mitarbeiter als Loyalitätsmacher**
- ▶ **Wie aus Kunden loyale Immer-Wieder-Käufer werden**
- ▶ **Vom Kaufinteressenten zum aktiven positiven Empfehler**

Exklusiv in Österreich!
Limitierte Teilnehmerzahl!

Programm

09.30 Uhr **Block 1** | Loyale Kunden – ein kostbarer Schatz
Ein neues Phänomen: Der flüchtende Kunde
Die 4 Säulen der Kundenbearbeitung
Jagen oder hegen & pflegen?
Wer Treue will, muss Treue belohnen!

11.00 Uhr Kaffeepause

11.20 Uhr **Block 2** | Was im Hirn passiert, wenn Loyalität entsteht
Loyalität = Problemlösungen und gute Gefühle
Wie Mitarbeiter- und Kundenloyalität zusammenhängen
Was eine «lachende» Unternehmenskultur bewirkt
Loyalitätskiller: Was Kunden vertreibt
Loyalitätsmacher: Was dauerhafte Kundentreue bewirkt
Nicht eine, sondern drei Loyalitäten entwickeln

12.45 Uhr Mittagspause

14.00 Uhr **Block 3** | Die Vorteile eines loyalitätsbasierten Marketing
Die Bausteine der Loyalität
Loyalitätsaffine Zielgruppen
Kundenbefragungen für mehr Loyalität
Kennzahlen im Loyalitätsmarketing

15.30 Uhr Kaffeepause

16.00 Uhr **Block 4** | Das Customer Touchpoint Management
Der loyale Kunde als aktiver Empfehler
Das neue Empfehlungsmarketing
Loyalitätsführerschaft als Ziel
Tipps zur praktischen Umsetzung