



## → Modul Telefon

### **Telefon bewegt...: Erfolg folgt!**

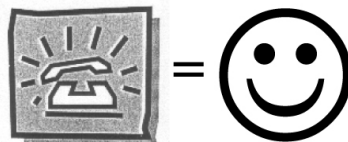
Das Telefon ist ein besonders wichtiges Instrument. Jeder Telefonkontakt und jedes Telefon-Gespräch prägen das Bild des Kunden über Ihr Unternehmen. Professionelles Telefonieren ist eine wichtige Voraussetzung und entscheidet auch über die Zukunft Ihres Unternehmens.

Sympathisch, zügig, effizient, Telefon-Kontakt drängt sich heute „zwangsläufig“ auf für Nähe und Kontinuität in den Kunden-Beziehungen und zur Steigerung der Dialog-Qualität.

**Der Workshop, mögliche Inhalte:** Grundlagen der Telefonie, Ziele und Vorgehensweisen, Austausch und Interaktion, praktische Übungen, Tipps und Erfahrungen, das Telefon als Visitenkarte Ihres Unternehmens, Themen wie Verbindlichkeit und Hilfsbereitschaft, Wertschätzung, Zauberwörter, der letzte Eindruck als positiver Grundstein für den nächsten Kontakt, Stresswörter, sowie Gesprächstechniken für mehr Kundennähe und zur Steigerung der Dialog-Qualität ... auf Ihren Bedarf zugeschnitten und immer mit den Zielen:

- Erfolgreich Kunden betreuen
- Erfolgreich Kunden langfristig binden
- Erfolgreich neue Kunden gewinnen
- Erfolgreich Kunden ausschöpfen (C >/B >/>A-Kunden)
- **Über 15 Jahre Erfahrung + Know-How mit Telefonie, u.a. für bzw. mit:**  
Kreditinstitut, Maschinenwerkzeuge, Arbeitsschutz, Dentallabor, Zahnersatz, Zahnärzte, Druckerei
- Telefon-Trainings/Seminare/Schulungen in verschiedenen Unternehmen

## **Teeleefooon...**



### **Einsatzbereiche im Telefon-Vertrieb/-Marketing, z.B.:**

- Kunden-Betreuung, kontinuierlich
- Kunden-Zufriedenheits-Programme
- Kundendienst/Information (Lieferbedingungen, Preise, Rabatte, Handhabungen Produkte, AD-Termine usw.)
- Marktforschung (Umfragen, Kundenzufriedenheit)
- Verkaufs-Vorbereitung (Recherche, Adressen, Ansprechpartner, Datenbank)
- Proaktive Telefonie mit dem Zweck von Terminvereinbarungen
- Neukunden-Akquisition
- Verkaufsaktionen (allg., Neuheiten ...)
- C- zu B und B-Kunden zu A-Kunden machen
- Kunden-Gewinnung (Akquise-Aktion, z.B. Mailing-Nachfass)
- Telefon-Zentrale
- Plus Back-Office

**Wer von Ihnen hat ein Programm „Hohe Dialog-Qualität am Telefon“?**



## → Modul Beziehungs-Marketing

Die Königsdisziplin im Marketing, Beziehungs-Marketing, mit den Zielsetzungen: Bestandssicherung, Zukunftssicherung, Wachstum.

Dass sich Kundenbeziehungen immer steigern bzw. verbessern lassen, ist sicher unbestritten. Ihr Beziehungs-Marketing-Programm ist die beste Grundlage für langfristige Kundenbeziehungen und für Neukunden-Gewinnung. Man stelle die Kunden in den Mittelpunkt der Strategie und richte alle Aktivitäten darauf aus. Beziehungs-Marketing besetzt die Strategie-Felder „Kundennähe“ und „Kundennutzen“. Beziehungs-Marketing ist elementar für jedes Unternehmen.

### **Hohe Kundenzufriedenheit als Ziel:**

Schritt für Schritt werden notwendige Vorgehensweisen, Routinen, Instrumente und Mechanismen entwickelt, die ein gezieltes Kunden-Management benötigt: Z.B. für den persönlichen Kontakt zu Kunden, den Telefonkontakt (siehe auch Modul Telefon), die kontinuierliche Kundenbetreuung, für das Aktivieren von Kunden sowie das Ausschöpfen (C >/B >/>A-Kunden), für den Erstkontakt zu Neukunden sowie zur Reaktivierung verloren gegangener Kunden ...

**Der Workshop:** Grundlagen, Ziele und mögliche Vorgehensweisen, Austausch, praktische Tipps, Interaktion, Erfahrungen aus der Praxis ... immer mit den Zielen:

- Erfolgreich Kunden langfristig binden
- Erfolgreich Kunden ausschöpfen (C >/B >/>A-Kunden)
- Erfolgreich neue Kunden gewinnen

#### **Referenzen:**

Programme für bzw. mit: Mittelständisches Unternehmen aus Freizeit/Hobby, Private Krankenversicherung/Konzern, Dentalbranche, Zahnarztpraxen.  
Publikationen zum Thema in Fachmedien.

#### **Erfolg folgt:**

Wer Kundenorientierung als fundamentales Ziel seiner Vertriebs- und Marketing-Politik erklärt, hat am Ende selbst den größten Nutzen:

- hohe Kunden-Frequenz
- regelmäßig neue Kunden
- hohe Reaktivierungsraten
- Weiterempfehlungen
- Hohe Wiederkaufsraten
- Sicherung des Unternehmensbestandes
- Steigerung von Marktanteilen, Umsätzen und Gewinnen
- ROI – Return on Investment



**Kundenorientierung kann man nicht dem Zufall überlassen!  
Das ist keine aktive zielführende Vorgehensweise!**

**Kunden-Orientierung ist kein Selbstläufer  
Kunden-Orientierung muss initiiert werden  
Wer von Ihnen hat dazu ein Programm?**



## → Modul Innovations-Team

Wie gelingt es, die gerade jetzt notwendigen Ideen und erfolgreiche Perspektiven für die Zukunft zu entwickeln?

Hier stelle ich mich mit einem Special bei Ihnen vor, das perfekt in diese Zeit passt: **Innovations-Team!**

Innovationsgeist sowie Innovationskraft spielen gerade jetzt eine wichtige Rolle bei Bestands- und Zukunftssicherung. Gerade jetzt wird Aufbruchstimmung guttun.

Zukunft sowie Markterfolg lassen sich systematisch planen. Effizient und besonders nachhaltig gelingt er (der Erfolg), wenn es die Unternehmen schaffen, ihre Mitarbeiter aktiv mitzunehmen. Wirtschaftlicher Erfolg wird im Unternehmen gesät, die Ernte wird dann im Markt eingeholt. Wer intern stark aufgestellt ist, kann extern im Markt Spitzenleistungen erzielen.

### ***Nur wer sich stark macht ... ist wirklich sicher!***

Man rufe ein Innovations-Team ins Leben, nutze die Dynamik der Gruppe, setze auf Motivation, Engagement und Eigeninitiative der Mitarbeiter. Wir schaffen eine Kultur von Kreativität, von positivem „querdenken“, Eigenverantwortung, Teamgeist und Mitarbeiterzufriedenheit. Die zahlt sich dann aus bei Mitarbeiter- und Fachkräftebindung.

Video: Wir wollen die Besten sein!  
<https://youtu.be/B3S6u7047as>

Wir entwickeln unser „So kommen wir (wieder) nach vorn Programm“! Innovations-Team zielt darauf, systematisch die Qualität in erforderlichen bzw. gewünschten Unternehmens-Bereichen zu verbessern bzw. zu steigern, dies z.B. in Vertrieb und Kundenmanagement. Dazu Ziele zu entwickeln, zielorientiert vorzugehen, permanent Prozesse einzuleiten und umzusetzen.



**Besser geht immer. Mehr geht immer!** Wenn Sie also demnächst gern wieder „was bewegen“ wollen, im Unternehmen, im Markt, in den Köpfen?! Dann sollten Sie frühzeitig planen, damit Sie rechtzeitig starten können bevor es möglicherweise zu spät ist.

### **Der Workshop: Von der Vision zur Innovation**

Grundlagen, Ziele und mögliche Vorgehensweisen, Austausch, praktische Tipps, Interaktion, Erfahrungen aus der Praxis ... Kick-Off (?) →  
... immer mit den Zielen:

- Erfolgreich Kunden langfristig binden
- Erfolgreich Kunden ausschöpfen (C >/B >/>A-Kunden)
- Erfolgreich neue Kunden gewinnen

**Referenzen:** Programme für bzw. mit: Mittelständisches Unternehmen aus Freizeit/Hobby, Dentalbranche, Zahnarztpraxen

### **Wer von Ihnen hat ein Programm „Zukunfts-Sicherung“?**

