

Workshop

„Neue Konzepte für Kundenorientierung im 21. Jahrhundert“

Zielgruppe:

Mitarbeiter im (technischen) Kundendienst

Ausgangslage und Zielsetzung:

In allen Bereichen, hat sich ein Wandel in einem nie gekanntem Ausmaß vollzogen. Die Entwicklungsprozesse haben sich derart beschleunigt und der Wettbewerb hat sich enorm verstärkt.

Es sind neue Herangehensweisen, Denkmuster und Konzepte auch im Kundendienst nötig, um die Umsätze für morgen noch generieren zu können.

Hier setzt dieser Workshop an. Er soll aufzeigen, wie sich jeder für die Zukunft wappnen kann und aktiv zu einem Austausch anregen, welche Verhaltensweisen gut waren und bewahrt werden müssen und welche neu hinzukommen müssen.

Mitarbeiter im Kundendienst haben heute weit differenziertere Aufgaben wahrzunehmen als früher. Müssen Ihre Mitarbeiter auch ihre Dienstleistungen mit „verkaufen“ und dies nicht dem Außendienst überlassen, der häufig nicht die nötige Zeit und Aufmerksamkeit beim Kunden bekommt? Ihre Zeit vor Ort nutzen und neue Kontakte knüpfen? Über ihren Tellerrand als „Techniker“ schauen und Chancen wahrnehmen und diese in den Informationsfluß der Firma einbringen?

Durch die „Produkte“ kann man sich oft kaum mehr differenzieren. Als Differenzierungsstrategie bleiben vielfach "nur" die Bereiche Persönlichkeit, Service und Dienstleistung. Auf diesem Gebiet liegt ein großes Erfolgspotential brach. Firmen, die kompromißlos kundenorientiert arbeiten, erzielen höhere Preise und Marktanteile.

Bei der Entwicklung des Workshops haben wir uns die Frage gestellt: „Welche Konzepte haben in den letzten Jahren weltweit in den verschiedensten Ländern und Firmen die meisten Erfolge gebracht?“ Dabei konnten wir auf die Arbeit mit den Mitarbeitern vieler (Welt-) Marktführer zurückgreifen.

Es werden die individuellen Aufgabenstellungen des Einzelnen herausgearbeitet und neue Verhaltensweisen und die neuesten, erfolgversprechenden Ansätze aufgezeigt und mit deren Verinnerlichung begonnen.

Nicht weil Sie reaktiv tätig sind erhalten Sie mehr Aufträge und mehr Kunden, sondern, wenn Sie aktiv und authentisch werden, erreichen und übertreffen Sie die Ziele.

Ich freue mich darauf, Sie als Teilnehmer zu begrüßen.

Herzliche Grüße aus Regensburg

Falk Ruckruh

Die Themen:

1. neue Verhaltensweisen und Denkmuster im Kundendienst für mehr Umsatz und Gewinn (was sind meine Filter, mit denen ich die Welt betrachte?)
2. verbesserter, schnellerer Austausch untereinander und verbesserte Nutzung des inneren Wissens der Kollegen
3. persönliche Aufgaben in der Entwicklung, seine persönlichen Hindernisse und Hemmschuhe entdecken und beginnen aufzulösen
4. Austausch und Wissensvermittlung entsprechend Teilnehmerwünschen für relevante Themengebiete (z.B. Netzwerkaufbau, Vertriebsunterstützung, Zeit-, Selbst und Organisationsmanagement), Welche Konzepte haben in den letzten Jahren die meisten Erfolge gebracht?
5. Erstellung von Aktions- und Umsetzungsplänen für jeden Einzelnen und für die Gruppe zu höherer Umsetzungskonsequenz des Trainings
6. Auswertung des Erlebten

Teilnehmerzahl: 4-12 TN

Ort: geeigneter Raum in Ihrem Unternehmen

- Möglichkeiten, die Sitzordnung zu verändern
- Flipcharts, Pinwände
- Beamer und Overhead
- Ausreichend Luft und Platz

Dauer: 1 oder 2 Tage

Vorraussetzungen: aufgeschlossen für Neues und sich auf ein Experiment einlassen

Investition: 1.400 € pro Tag

Trainer: Falk Ruckruh, Human Culture Akademie

- Seit 1996 für technisch orientierte Firmen als Trainer in Kommunikation, Kundenorientierung, Vertrieb und Führung tätig,
- Autor von zahlreichen Fachartikeln, u.a. erschienen in Acquisa, ProFirma und Deutscher Vertriebs- und Verkaufsanzeiger
- Mitglied von Vertriebs-Experts
- zu seinen Kunden zählen sehr viele namhafte Marktführer vom Kleinbetrieb bis zum Großkonzern (Beispiele: Exxonmobil, Acer, Weleda, IKEA; Knorr-Bremse)
- dabei arbeitet er weltweit in drei Sprachen