

NEUE FORMEN • NEUE FORMEN



AD
ACADEMY

Erfolgreiche Kundenbindung

Kursplan für die 12-wöchige Weiterbildung -
42,5 Stunden Live-Unterricht.



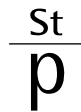
DA/DEUTSCHER
AGENTURPREIS



deutscher
digitalmarketing
preis



kultur
marken
award



ISO 9001

Certified
Quality Management System

www.tuvsud.com/tms-cert





Woche 1: Grundlagen der Kundenbindung (3,5 Stunden)

Die erste Woche gibt den Teilnehmern das grundlegende Rüstzeug für eine fundierte Kundenbindung. Neben der inneren Einstellung und unternehmerischen Grundhaltung lernen die Teilnehmer, Modelle und Tools zur Analyse der eigenen Unternehmenssituation anzuwenden.

Unternehmerische Grundhaltung und Situationsanalyse

In der ersten Woche erarbeiten die Teilnehmer die Grundlagen für nachhaltige Kundenbindung, indem sie ihre unternehmerische Haltung stärken und gezielte Analysetools anwenden. Sie setzen sich mit der SWOT-Analyse, dem Business Model Canvas und der PESTEL-Analyse auseinander, um ihre Stärken, Schwächen und Chancen im Markt klar zu erkennen und die wichtigsten Bausteine ihres Geschäftsmodells zu identifizieren. Diese ganzheitliche Situationsanalyse ermöglicht es ihnen, fundierte Maßnahmen für eine erfolgreiche Positionierung und strategische Ausrichtung zu entwickeln, während sie zugleich eine reflektierte und erfolgsorientierte Denkweise verinnerlichen.



Woche 2: Absichten statt Ziele (3,5 Stunden)

Diese Woche konzentriert sich darauf, wie du eine klare und überzeugende Präsentation aufbaust und rhetorische Techniken einsetzt, um deine Botschaften präzise und wirkungsvoll zu vermitteln.

Absichten vs. Ziele

In diesem Modul wird der Unterschied zwischen starren Zielvorgaben und flexiblen Absichten vermittelt. Die Teilnehmer erfahren, wie Absichten sie befähigen, sich auf Prozesse und Werte zu fokussieren, anstatt sich durch Zielvorgaben einschränken zu lassen. Sie entwickeln Techniken, um Absichten zu formulieren, die nachhaltig motivieren und so zu einer gesunden Leistungssteigerung ohne Druck beitragen.



Woche 3: Positionierung (3,5 Stunden)

Die Teilnehmer lernen, wie sie sich innerhalb ihrer Branche einzigartig positionieren und eine Zielgruppe ansprechen, die optimal zu ihnen passt.

Marktpositionierung

In diesem Modul erarbeiten die Teilnehmer eine Marktnischenanalyse, um sich in einem Bereich zu positionieren, der wenig Wettbewerb aufweist und hohe Nachfrage bietet. Sie erfahren, wie eine präzise Positionierung die Basis dafür bildet, dass potenzielle Kunden sie als erste Wahl wahrnehmen. Die Teilnehmer erstellen ein Alleinstellungsmerkmal (USP) und schärfen ihre Zielgruppenkenntnis, um in ihrer Nische erfolgreich zu agieren und gezielt Kunden anzusprechen, die gut zu ihrem Angebot passen.



Woche 4: Kundensegmentierung und Zielgruppenanalyse (3,5 Stunden)

Die Teilnehmer vertiefen ihr Verständnis für die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe und lernen, wie sie spezifische Kundensegmente gezielt ansprechen.

Zielgruppenanalyse

Dieses Modul führt die Teilnehmer durch eine detaillierte Analyse ihrer Zielgruppe. Sie lernen, Daten zu erheben und zu interpretieren, um die Bedürfnisse und Präferenzen der verschiedenen Kundensegmente genau zu verstehen. Die Teilnehmer segmentieren ihre Zielgruppe in spezifische Kundentypen und entwickeln maßgeschneiderte Botschaften, die diese Segmente ansprechen. Ziel ist es, die Kundenansprache effektiver zu gestalten und Streuverluste zu minimieren.



Woche 5: Entwicklung eines unwiderstehlichen Angebots (3,5 Stunden)

Diese Woche hilft den Teilnehmern, ein Angebot zu gestalten, das ihren Zielkunden schwer abzulehnen fällt.

Angebotserstellung

Die Teilnehmer lernen, ein unwiderstehliches Angebot zu entwickeln, indem sie den Wert ihrer Dienstleistung anhand von vier Schlüsselvariablen – Problemlösung, Nutzen, Exklusivität und Zeitersparnis – berechnen. Sie erfahren, wie sie den Kundennutzen klar kommunizieren und ihr Angebot so strukturieren, dass es sich deutlich von Mitbewerbern abhebt. Ziel ist es, ein Angebot zu schaffen, das sofort die Aufmerksamkeit und das Interesse potenzieller Kunden weckt.



Woche 6: Grundlagen der Markenkommunikation (3,5 Stunden)

In dieser Woche lernen die Teilnehmer, wie sie eine starke und konsistente Markenbotschaft entwickeln, die ihre Zielgruppe nachhaltig anspricht.

Markenbotschaft

Die Teilnehmer erfahren, welche vier zentralen Bestandteile – Authentizität, Relevanz, Konsistenz und Emotionalität – eine wirkungsvolle Markenbotschaft ausmachen. Sie lernen, wie sie ihre Werte und Visionen so formulieren, dass diese nicht nur klar, sondern auch emotional ansprechend auf ihre Zielgruppe wirken. Praktische Übungen helfen den Teilnehmern, eine unverwechselbare Markenidentität aufzubauen und ihre Botschaft wirkungsvoll zu gestalten.



Woche 7: Kommunikation mit kleinem Budget (3,5 Stunden)

In dieser Woche wird vermittelt, wie die Teilnehmer mit geringem Budget große Wirkung erzielen können.

Wirkungsverstärker und Budgetoptimierung

Die Teilnehmer lernen, wie sie mit kleinen finanziellen Mitteln durch kreative Techniken und Wirkungsverstärker ihre Botschaft effektiv kommunizieren können. Sie analysieren Beispiele erfolgreicher Low-Budget-Kampagnen und erarbeiten Strategien, um das eigene Kommunikationsbudget gezielt und effizient einzusetzen. Ziel ist es, maximale Sichtbarkeit und Wirkung zu erzielen, ohne die Kosten zu sprengen.



Woche 8: Kurzpräsentationen für den ersten Eindruck (3,5 Stunden)

Die Teilnehmer üben, ihre Botschaft in einer prägnanten 60-Sekunden-Präsentation klar und überzeugend zu vermitteln.

60-Sekunden-Präsentation

In diesem Modul entwickeln die Teilnehmer eine kurze und prägnante Präsentation, die ihren Mehrwert sofort vermittelt. Sie lernen, wie sie mit einer strukturierten Eröffnung, einer klaren Nutzenkommunikation und einem überzeugenden Abschluss die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden wecken. Praktische Übungen unterstützen die Teilnehmer dabei, ihre Präsentationsfertigkeiten zu verbessern und souverän aufzutreten.



Woche 9: Effektives Netzwerken (3,5 Stunden)

Die Teilnehmer lernen Strategien, um ein hochwertiges Netzwerk aufzubauen und zu pflegen, das langfristig wertvolle Kontakte bringt.

Aktives Netzwerken

In diesem Modul lernen die Teilnehmer den Unterschied zwischen einer Vielzahl von Kontakten und einem wertvollen Netzwerk, das sich aktiv für sie einsetzt. Sie entwickeln eine Netzwerkanalyse, erarbeiten Schritte zur gezielten Netzwerkpflege und lernen, wie sie ihre Kontakte systematisch aktivieren, um Empfehlungen und neue Geschäftsmöglichkeiten zu generieren.



Woche 10: Kundengewinnung und Verkaufsprozess

(3,5 Stunden)

Diese Woche widmet sich dem strukturierten Verkaufsprozess von der ersten Ansprache bis zum Abschluss.

Kundengewinnungsprozess

Die Teilnehmer entwickeln einen systematischen Verkaufsprozess, der alle Schritte vom ersten Kontakt bis zur Vertragsunterzeichnung umfasst. Sie lernen, wie sie durch gezielte Vorqualifizierung Zeit sparen und Ressourcen effizient einsetzen. Ziel ist es, den Verkaufsprozess schlank zu halten und eine höhere Abschlussquote zu erzielen.



Woche 11: Verkaufsgespräch und Abschluss

(3,5 Stunden)

Die Teilnehmer vertiefen ihre Kenntnisse im Führen von Verkaufsgesprächen und erlernen Techniken für einen erfolgreichen Abschluss.

Verkaufsgespräch und Abschlusstechniken

In diesem Modul erarbeiten die Teilnehmer ein achtphasiges Verkaufsgespräch, das sie durch gezielte Fragen und klare Kommunikation zum Abschluss führt. Sie üben, Einwände zu behandeln, den Kunden zum Abschluss zu leiten und eine Vertrauensbasis zu schaffen, die zu einer langfristigen Kundenbindung führt.



Woche 12: Kundenbindung und Abschlusspräsentation (4,0 Stunden)

Zum Abschluss des Kurses konzentrieren sich die Teilnehmer auf nachhaltige Kundenbindung und stellen ihre erarbeitete Strategie vor.

Kundenbindungsplan

Die Teilnehmer entwickeln einen detaillierten Plan, um Neukunden langfristig zu binden und durch positive Kundenerfahrungen die Kundenloyalität zu erhöhen. Sie erarbeiten Techniken zur Steigerung der Kundenzufriedenheit und langfristigen Umsatzsteigerung pro Kunde.

Strategiepräsentation und Feedback

Im finalen Modul präsentieren die Teilnehmer ihre entwickelte Kundenbindung-Strategie in einer zehnminütigen Präsentation. Sie erhalten fundiertes Feedback, um ihre Strategie zu optimieren und die Sicherheit zu gewinnen, das Erlernte erfolgreich in die Praxis umzusetzen.