

# Qualifizierung zum Kundenmanager



## Erfolg durch Differenzierung

Wo Waren, Dienstleistungen und Preise in unserer Branche immer austauschbarer werden, bewirkt nur das Gefühl, als Freund und Partner willkommen zu sein und gepflegt zu werden, Loyalität beim Kunden. Ein solches „Klima“ entsteht nicht von selbst.

Es muss von Menschen aufgebaut und - unter aktiver Einbindung aller Beteiligten - etabliert werden. Insbesondere durch Mitarbeiter, die durch eine besonders hohe „kommunikative Kompetenz“ in Verbindung mit bereichsübergreifendem Fachwissen bestechen. Direkte Kommunikation, mit der Sie Ihre Kunden ansprechen, ist für Ihren unternehmerischen Erfolg von entscheidender Bedeutung.

Durch einen Kundenmanager, der neue Kunden akquiriert, Marketingaktionen organisiert, Umsatzpotenziale realisiert und einen direkten Dialog mit Ihren Kunden führt, können Umsätze gesteigert und eine intensive Kundenbindung aufgebaut werden. Auf dem Weg dahin gibt es eine Reihe von Dingen zu beachten, die Ihnen in diesem Seminar näher gebracht werden sollen.

## Inhalte

### 1. Block (Dauer: 2 Tage)

- Selbstverständnis des Kundenmanagers - Was gehört zu seinen Aufgaben?
- Ziele/Nutzen am Standort
- 1 x 1 des Bauphasenplans
- Nutzen der Wertschöpfungskette
- Vernetzungen von Baustoff- und Einzelhandel
- Hausaufgabe

### 2. Block (Dauer: 2 Tage)

- Kundenansprache
- Psychologische Erfolgsfaktoren im Verkauf
- Verkaufsgespräch
- Bedarfsanalyse
- Akquise-Maßnahmen
- Marktbearbeitung
- Beschwerdemanagement
- Hausaufgabe

### 3. Block (Dauer: 2 Tage)

- Grundlagen des Baustoff- und Einzelhandels-Marketing
- Marketing-Instrumente
- Der Markt - Was ist das?
- Instrumente der Marktbearbeitung

## Nutzen

- Informations-Steuerung
- bessere Ausschöpfung der Wertschöpfungskette
- Rohertragssteigerung
- „Repräsentant“ des Unternehmens
- gezielte Ansprache neuer Kunden
- Überleitung von Baustoffhandel zum Einzelhandel (Schnittstelle)
- mehr Marktpotenzial
- umfassende Kundenbindung

## Zielgruppe

Mitarbeiter, die am Standort verantwortlich sind für die organisatorische Umsetzung von Marketingmaßnahmen