

BVDA-Akademie

Weiterbildung zum

„**C**ustomer-**R**elationship-**M**anager“

BVDA-zertifiziert





Die Marktsituation

Das schreibt Manager Magazin zu CRM.

- Gut 10 Jahre nach der Erfindung von CRM-Systemen stellen Unternehmen und Berater fest, dass nicht alles so ist, wie es sein sollte. Ein nachhaltiger Erfolg des Kundenbeziehungsmanagements scheitert oftmals an der richtigen Umsetzung durch die Mitarbeiter.
- Bis zum Jahr 2010 werden die Ausgaben für Software und Dienstleistung für CRM jährlich um etwa 7 % steigen, ermittelte das Marktforschungsinstitut Forreest Research und korrigiert damit seine Prognose um etwa 2 Prozent nach oben. Von 8,4 Milliarden Dollar in 2006 wird sich CRM in vier Jahren zu einem 11 Milliarden-Dollar Markt entwickeln.
- Der vorherrschende, gebannte Blick auf Technik, auf Features und Funktionen geht den Spezialisten zufolge jedoch am Thema vorbei.
- Technologie ist nachrangig, Strategie, Prozesse und Philosophie sind hingegen das Mark der CRM-Vorhaben. Sie werden aber eher stiefmütterlich behandelt.

Die Marktsituation

- 85 % aller Märkte, so schätzen Experten sind gesättigt.
- Die richtige Ansprache der Zielgruppen und die damit verbundenen Kenntnisse der **Entscheidungsmotive** werden immer wichtiger für den Erfolg von Unternehmen.

Zusammenfassend kann man sagen:

Das Erkennen der Soft Skills und die effiziente Zielgruppenansprache wird gerade auf Märkten mit vergleichbaren Produkten und Dienstleistungen zum Erfolgsschlüssel.

In vielen Unternehmen arbeiten mittlerweile mehrere Verkäufer, Berater oder Servicemitarbeiter an einem Kunden. Verfügt der Mitarbeiter über die Fähigkeiten Soft Skills zu erkennen, Verhaltenweisen darauf abzustimmen, wird die Kundenzufriedenheit und die damit verbundene Kundenbindung steigen.

Der Mensch macht CRM und nicht die Maschine (EDV)

Die Lösung

- Mitarbeiter brauchen ein **Orientierungssystem** mit Kenntnissen des menschlichen Verhaltens. (Strutogram).
- Mitarbeiter brauchen ein **Ortungssystem**, um das Verhalten ihres Kunden einzuschätzen und zu erkennen. (Triogram)
- Mitarbeiter brauchen Vorgehensweisen und Handwerkszeug, das ihnen hilft die richtige Kundenansprache zu wählen. (Kundenkey)
- Mitarbeiter brauchen eine Gesamtübersicht des Kundenpotenzials verbunden mit Chancendarstellungen um **bessere Entscheidungen** zu treffen. (CRM-Matrix)

Die nun folgende Ausbildung zum CRM-Manager ist auf die Bedürfnisse des Anzeigenverkaufs abgestimmt und ist als Aufbaukurs für BVDA-geprüfte Mediaberater, und als Weiterbildung für Objekteiter, Teamleiter und Führungskräfte konzipiert.

Die BVDA-Akademie

Ausbildung zum Customer-Relationship-Manager (BVDA-geprüft)

Baustein 1: Menschenkenntnis

Inhalte:

1. Warum sind manche Menschen erfolgreicher als andere?
2. Genetischer Code der Persönlichkeit (Verhaltensgenetik).
3. Wie denken wir? (Entscheidungsmotivation)
4. Das drei-einige Gehirn und sein Einfluss auf menschliches Verhalten.
5. Selbstanalyse mit dem Structogram.
6. Interpretation des eigenen Structograms.
7. Erkennen von Stärken, Risiken und Potenzialen.
8. Vertrauensgewinn durch Fachkompetenz und Sozialkompetenz.
9. Die Subjektivität von Vorurteilen.
10. Erkennen Sie Biostrukturen. Vom Structogram zum Triogram.
11. Körpersprache als verlässliches Ortungsmerkmal.
12. Verhaltensmerkmale erkennen und richtige einordnen.



Die BVDA-Akademie

Ausbildung zum Customer-Relationship-Manager (BVDA-geprüft)

Baustein 2: Der Schlüssel zum Kunden

Inhalte:

1. Der Markt findet im Kopf statt.
2. Das Verkaufsgespräch mit unterschiedlichen Dominanzen:
 - Kaufmotive der Dominanzen
 - Die gleiche Anzeige oder Kampagne unterschiedlich verkaufen
 - Dominanzgesteuerte Argumentation
 - Widerstände der Dominanzen
 - Dominanzbedingte Preisverhandlung
3. Signalwirkung von Anzeigen auf die unterschiedlichen Dominanzen.
4. Effizientere Zielgruppenansprache und bessere Werbewirksamkeit durch Dominanz
5. Die BIO-MATRIX als Verbindung von Produkt- und Kundendominanzen.
6. Die Verkaufsrhetorik der unterschiedlichen Dominanzen.
7. Welche Werbeidee für welche Dominanz?
8. Werbepäsentationen vor kleineren Gruppen mit gemischten Dominanzen.



Die BVDA-Akademie

Ausbildung zum Customer-Relationship-Manager (BVDA-geprüft)

Baustein 3: Der Schlüssel zum Erfolg

Inhalte:

1. Der Kundenkaufcode und seine Bedeutung innerhalb des CRM.
2. Die Hinterlegung des Kaufcodes im eigenen CRM-System.
3. Planungen von Kampagnen unter Berücksichtigung der Kunden- und Produktdominanzen.
4. Die CRM-MATRIX als Planungstool und Chancenanalyse.
5. Terminplanungsmanagement mit Hilfe der CRM-Matrix.
6. Investitionsmanagement unter Berücksichtigung des Kundenkaufcodes.
7. Kundenorientierung mit Hilfe der CRM-Matrix.
8. Den Kundenentwicklungsprozess mit Hilfe der CRM-Matrix gezielt steuern.
9. Kundenbindung und Kundenzufriedenheit gezielt betreiben.
10. Bilanz- und Potenzialgespräche beim Kunden effektiv führen.
11. Umsetzung von CRM an praktischen Beispielen.



Die BVDA-Akademie

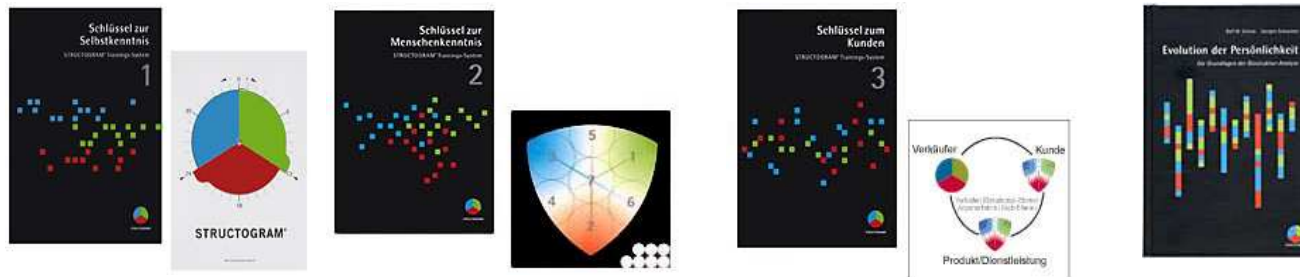
Ausbildung zum Customer-Relationship-Manager (BVDA-geprüft)

Baustein 4: Die Zertifizierung

Inhalte:

- Schriftlicher Test über 90 Minuten ca. 40 Fragen zum Thema CRM.
- Mündlicher Test in Gruppen je 3 Personen ca. 30 Minuten über die praktische Umsetzung von CRM.

Das Lehrmaterial:



+ BVDA
Unterlage



Die BVDA-Akademie

Die Trainer:

Baustein 1: Michael Hilgert oder Dr. Werner Bitterwolf

Baustein 2 + 3: Uwe Bürder

Baustein 4: Dr. Werner Bitterwolf und ein Vertreter des BVDA

Die BVDA-Akademie

Vita: Dr. Werner Bitterwolf

- Systemische Grundorientierung im Denken und Handeln
- Langjährige Erfahrung als selbständiger Trainer und Coach
- Trainings und Durchführung von Workshops in betrieblichen Organisationen, bei Bildungsträgern und im offenen Angebot
- Prozessorientiertes Training für Nachwuchsführungskräfte
- Experte in der Begleitung von Menschen bei ihrer persönlichen Entwicklung Diplom-Psychologe und Diplom-Ingenieur
- Promotion mit dem Thema „Flexibilität des Handelns“ an der Universität Erlangen-Nürnberg Therapeutische Ausbildung in imaginativen Verfahren, HPG Systemischer Coach
- NLP-Trainer und Coach, DVNLP
- Biostruktur-Analyse, STRUCTOGRAM®-Senior-Trainer und Mitglied im wissenschaftlichen Beirat des Deutschen STRUCTOGRAM®-Zentrums



Internet: <http://www.qsyst.de>

Die BVDA-Akademie

Vita: Michael Hilgert

Michael Hilgert Jahrgang 1961, ist seit vielen Jahren eine feste Größe in der deutschen Seminarszene.

Als lizenzierter Mastertrainer im Structogram – und Triogrammbereich, arbeitet er als einer von Deutschlands Toptrainern im Verkaufs- und Führungsbereich.

„Der Erfolg liegt im Kopf, ganz nah bei uns, wir müssen lernen unser Potential zu erkennen und dies auszuschöpfen.“

Durch Stärken der eigenen Stärken und Abschwächen der eigenen Schwächen, sprich durch die Erkenntnis der Persönlichkeit werden die Teilnehmer in die Lage versetzt angeborenes Potential zu optimieren und so im zweiten Schritt auch die Struktur anderer zu erkennen.

Ganz gleich ob in der Personalverantwortung, oder im Verkauf, individuell angepasste Lösungen werden erarbeitet und erfolgreich umgesetzt.

Viele Firmen, aus den verschiedensten Bereichen haben in den letzten Jahren an Seminaren und Workshops teilgenommen.

Seminare werden eingebunden in eine ausführliche Dokumentation, die das Erlebte, das Erarbeitete transparent erscheinen lassen.

Im Januar 2009 folgte die Ernennung zum STRUCTOGRAM – Master –Trainer und somit der nächste logische Schritt die eigene Kompetenz in der Ausbildung neuer Trainer weiterzugeben.



Internet:
<http://www.fyb-academy.com>