

Den Kundennutzen im Fokus. Erkennen und vermarkten, was der Kunde wirklich sucht.

Erfolg im Unternehmen braucht Kunden. Und Kunden brauchen einen Nutzen, wenn sie für eine Leistung bezahlen sollen. Dieser Nutzen soll ein Problem des Kunden lösen – Denn Kunden kaufen keine Produkte oder Leistungen. Sie kaufen eine Lösung für ihr Problem.

Ziele

1. Lerne DEINE Kunden kennen. VERSTEHE seine Bedürfnisse. Welches PROBLEM kann deine Leistung für ihn lösen? Übersetze deine Unternehmensleistungen in den NUTZEN des Kunden, also wie löst dein Angebot das Kundenproblem. Konkret. Klar. Verständlich. Und abgegrenzt von der Konkurrenz.
2. Aus der Vielzahl an potenziellen Kunden gilt es, die attraktiven, die PROFITABLEN Stammkunden zu identifizieren. Sie sind der Treiber für den nachhaltigen Geschäftserfolg. Ziel ist es, sie zu kennen, zu binden, ihnen ein ERLEBNIS zu bieten.
3. Ein 360 Grad-Blick auf den kompletten Serviceprozess stiften kreative und innovative Ideen für Kundenerlebnisse, die begeistern und binden. INNOVATIONEN im Prozess, Produkt, Service oder sogar im GESCHÄFTSMODELL grenzen dein Business von der Konkurrenz ab und locken Kunden an.

Inhalte und Methodik

Das Seminar besteht aus einem Wechsel von kurzen theoretischen Inputs und praktischer Anwendung der Inhalte. Zum Seminarskript wird ein Arbeitspapier gereicht, so dass während des Seminars an der eigenen Gründungsidee gearbeitet wird. Gezeigt wird eine Reihe an Instrumenten, die den Teilnehmern helfen, den Kundennutzen detailliert zu analysieren und konkret zu verarbeiten.

Inhalte im Detail

- Kundenanalyse/-segmentierung
- Kundenbeschreibung
- Nutzenanalyse
- Transformation der Unternehmensleistung in den Kundennutzen
- Schaffen eines Kundenerlebnisses (User Experience)
- Aufwertung des Nutzen durch innovativen Service (Service Design)
- Ausweiten der Kernidee in ein innovatives Geschäftsmodell