

Der Unternehmer

WERTE – POTENZIALE – UMSETZUNG – ERFOLG

Inhalt

Kundenrückgewinnung

Kennen Sie die am meisten vernachlässigte Zielgruppe?

Personalentwicklung

Systematische Personalentwicklung – nicht nur etwas für die Großen!!!!

Produkt- und Organisationsentwicklung

Bilden Sie Projektleiter aus!

Franchise

Sie möchten für Ihr bestehendes Unternehmen „Franchise“ als einen neuen Vertriebsweg andenken?

Onboarding

Die ersten 100 Tage im neuen Job – Überlassen Sie nichts dem Zufall!

Risikomanagement

Risikomanagement und Rating

LVI-BDU-Projektwettbewerb 2008

Bucherscheinung eines Mitglieds

Franchise-Systeme
Gemeinsam erfolgreicher werden
Jürgen Arnold

Impressum

Kennziffern

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

PISA, demografischer Wandel und Mangel an qualifizierten Arbeitskräften sind Stichworte, die seit einiger Zeit die öffentliche Diskussion prägen. Was hat das mit mittelständischen Unternehmen zu tun? Ich denke, eine ganze Menge, vor allen Dingen vor dem Hintergrund der Globalisierung.

Alle wachsenden Unternehmen suchen händeringend nach qualifizierten Mitarbeitern. Die großen, globalen Unternehmen bekommen sie auch, hier, aber noch häufiger im Ausland, in den aufstrebenden Märkten. Was aber ist mit Mittelständlern, die ihren Markt in Deutschland haben? Müssen die sich mit den „übrig“ Bleibenden begnügen? Vermutlich ja. Sind diese auch hinreichend qualifiziert? Vermutlich nein, jedenfalls nicht genügend viele.

Damit schließt sich der Kreis. Es wird deutlich, dass die Deutschland tragenden mittelständischen Unternehmen nicht darauf warten können, bis die Bildungsinitiativen der Politik greifen. Wir alle müssen jetzt schon etwas tun, über alle verfügbaren Kontakte, Netzwerke und Institutionen Einfluss nehmen und eigene kreative Ideen entwickeln, um die Situation schneller zu verbessern

*Etwas, was Sie jetzt schon tun können, ist, an dem **LVI/BDU-Projektwettbewerb 2008**, ein Arbeitswettbewerb zur Erschließung von Optimierungspotentialen teilzunehmen.*

Teilnehmerstimmen 2007 sind:

- „Es wurden Kräfte aktiviert, die bisher brach lagen.“

- „Es ist uns gelungen, ein unangenehmes Thema endlich anzupacken und gut zu lösen“.

Die Informationsveranstaltung findet am 28.11.2007 um 17:00 beim LVI in Ostfildern statt.

(Anmeldung an Frau Frank Tel.0711/327 325-35; Fax.0711/327325-69; email: frank@LVI.de)

*Im Übrigen bin ich der Meinung, dass Sie uns sagen sollten, wo sie der Schuh drückt. **Kontakt***

Dr. Dieter Coy




Kundenrückgewinnung

Kennen Sie die am meisten vernachlässigte Zielgruppe?

■ Stimmt - unzufriedene Kunden sind die am meisten vernachlässigte Zielgruppe. Wenn auch die Gründe für die Unzufriedenheit der Kunden mit einem Unternehmen bzw. mit dessen Produkten und Dienstleistungen unterschiedlich sein können, eines ist jedoch meist gleich: Die systematische Kundenrückgewinnung wird in der Praxis noch zu wenig angewendet.

Systematische Kundenrückgewinnung zielt darauf ab, die Kunden, die die Geschäftsbeziehung mit dem Unternehmen abgebrochen haben bzw. im Begriff sind dies zu tun, als Kunden zurück zu gewinnen.

Vorausgesetzt, der Kunde hat in der Vergangenheit wenigstens eine positive Erfahrung mit dem Unternehmen gemacht, kann, trotz der Verärgerung, die zum Abbruch der Geschäftsbeziehung geführt hat, davon ausgegangen werden, dass das Unternehmen bei dem Kunden noch über einen gewissen Goodwill verfügt. Auf diesen aufbauend soll dann die Geschäftsbeziehung wieder belebt werden.

Die Kundenbindung zurück gewonnener Kunden ist höher.

In der Praxis noch zu wenige Anstrengungen verlorene Kunden zurück zu gewinnen.

Der Goodwill entscheidet mit über den Erfolg der Kundenrückgewinnung

Aber auf das „wie“ kommt es an!

Mehr Infos?

„Greifen“ Sie zu!



Die kostenlose Vollversion direkt beim Autor,
➔ **Karl-Heinz Schlüter**, SMC Schlüter Management Consulting, bestellen.
➔ **mehr Informationen zum Autor.**

oder über Kennziffer 1