

Kurzbericht:

MCS Clubabend zum Thema

Präsentation der Studie „Kundenbegeisterung 2.0“



- **Vorstellung des ifM durch Dr. Wolfgang Reiger**

Das ifM ist ein privates Bildungsinstitut, das seit 2003 MBA-Lehrgänge, Studiengänge und In-House Studien anbietet. Die Veranstaltungen finden im Schloss Leopoldskron statt. Dr. Reiger lädt zum „Tag der Weiterbildung“ am 25.02.2010 ein.

- **Präsentation der Studie „Kundenbegeisterung 2.0“**

Der Servicegrad steigt kontinuierlich, aber die Kundenzufriedenheit steigt nicht in gleicher Weise. Es wurde auf die Gründe dafür eingegangen, sowie ein Paradigmenwechsel im Marketing dargestellt. Das Marketing verändert sich vom Transaktionsmarketing zum Beziehungsmarketing mit 3 R's: Recruitment, Retention und Recovery. Die Reaktionskette, die immer wieder Anpassung und Aktionen erfordert, lautet:

Relationshipmarketing → Kundenzufriedenheit → Kundenbindung → ökonomischer Erfolg

Es wird die Wichtigkeit der Basisfaktoren und Erfolgsfaktoren zur Schaffung von Kundenbegeisterung angesprochen.

Die Studie wurde anhand von 8 B2B- und 16 B2C-Befragungen durchgeführt. Die Leitfragen beschäftigten sich mit der Kundenbegeisterung, Kundenzyklus, Zusatzleistungen, Kundeninformation und Soziodemographie. Einige Ergebnisse der Studie:

- Die Begeisterung wurde durch Menschen ausgelöst
- Die Begeisterung wurde durch Kleinigkeiten (give aways, Gutscheine, Zusatzleistungen) ausgelöst
- Die Begeisterung erfolgt nicht separat, sondern in Kombination mit anderen Maßnahmen.

- **Offene Fragerunde**

In einer offenen Fragerunde bietet sich den Teilnehmern die Möglichkeit Fragen zur Studie und zum Thema Kundenbegeisterung zu stellen. Diese werden ausführlich von Hrn. Brandstätter und Dr. Stumpf beantwortet.