

Praxis-Ratgeber

Silvia Schaaf

Moderne Kundenveranstaltungen

**Unternehmensbesichtigungen als neue
Lösungen in einer sich verändernden
Kommunikation mit dem Kunden**

Unternehmen suchen zunehmend nach neuen Lösungen in der Kundenkommunikation.

Denn die klassischen Methoden stoßen immer mehr an Grenzen: Komplette Werbestrategien verpuffen wirkungslos, immer höhere Budgets stehen einer immer geringer werdenden Werbewirkung gegenüber.

Durch diese Herausforderung haben neue Wege und Methoden erstmals eine Chance, die jahrzehntelang eingeübten Mechanismen des Massenmarketings aufzubrechen.

Insbesondere Kundenveranstaltungen nehmen in den nächsten Jahren ständig an Bedeutung zu:

1. Kunden sind mit (Werbe) Reizen überflutet
2. Kunden wollen heute ganz anders angesprochen werden
3. Kunden steuern heute die Kommunikation

Kundenveranstaltungen, und dazu zählen auch die traditionellen Werksbesichtigungen, Betriebsführungen und Unternehmenspräsentationen werden der veränderten Kommunikationssituation der Kunden eher gerecht, weil:

- Veranstaltungen bieten die Möglichkeit, den Kunden genau anzusprechen.
- Veranstaltungen zeichnen sich durch eine hohe interaktive Kommunikation aus.
- Veranstaltungen dienen dazu, den Kunden und seine Bedürfnisse besser kennen zu lernen.
- Veranstaltungen prägen den Einfluß auf den Kunden durch die Erlebnisstärke.

Aber, Kunden haben genaue Anforderungen an eine professionelle Veranstaltung: thematisch, inhaltlich und ablaufbezogen!

Welche konkreten Konzepte und einzelnen Maßnahmen dabei für Unternehmen wichtig werden, will das vorliegende eBook herausarbeiten.

Dazu werden auszugsweise Ergebnisse der Studie „*Presenting Service!* Studie zur Servicequalität von Unternehmensbesichtigungen“ herangezogen.

Vorwort	2
Geschichte der Unternehmensbesichtigungen	4
Formen von Unternehmensbesichtigungen	7
Zielgruppen der Unternehmensbesichtigungen	8
Motive für Unternehmensbesichtigungen	9
Typologie der Teilnehmer	9
Anliegen an Teilnahme	10
Hintergründe zur Teilnahme	11
Situation bei Unternehmensbesichtigungen	12
Anzahl der Teilnehmer	12
Höhe der Ausgaben	13
Größe der Budgets	14
Entwicklung der Unternehmensbesichtigungen	15
Nutzung im Marketing	15
Intentionen am Markt	16
Ziele der Unternehmen	17
Maßnahmen der Durchführung	18
Sicherung von Erfolgen	19
Potentiale bei Unternehmensbesichtigungen	20
Individualisierung der Programme	20
Personalisierung der Inhalte	21
Vermarktung der Angebote	22
Zukunft der Unternehmensbesichtigungen	23
Emotionalisierung der Kundenbeziehung	23
Authentifizierung des Unternehmensimages	24
Erfolg mit Unternehmensbesichtigungen	25
Entscheidende Faktoren	25
Notwendige Handlungen	26
Erkennbare Entwicklungen	27
Ausblick auf Morgen	28

Moderne Kundenveranstaltungen



Silvia Schaaf ist die deutschlandweit einzige Expertin für die erfolgreiche Entwicklung des Erscheinungsbildes von Unternehmen (CI/CD). Als Autorin von vielen Studien und Fachbeiträgen widmet sie sich immer wieder der Begegnung mit dem Kunden: sei es am Besucherempfang, der Telefonzentrale oder bei Firmenbesichtigungen bzw. Werksführungen. Als Gründerin und Geschäftsführerin des Beratungsunternehmens *performance design*, Potsdam begann sie vor einigen Jahren erfolgreiche Modelle der Kundenbegegnung in der Praxis zu implementieren. Zu ihren Kunden zählen vor allem die Top-Unternehmen der Deutschen Wirtschaft.

Unternehmen suchen zunehmend nach neuen Lösungen in der Kundenkommunikation. Insbesondere Kundenveranstaltungen nehmen in den nächsten Jahren ständig an Bedeutung zu. Kundenveranstaltungen, und dazu zählen auch die traditionellen Werksbesichtigungen, Betriebsführungen und Unternehmenspräsentationen werden der veränderten Kommunikationssituation der Kunden eher gerecht. Aber, Kunden haben genaue Anforderungen an eine professionelle Veranstaltung: thematisch, inhaltlich und ablaufbezogen!

Dieses eBook beschreibt in kompakter Form die Möglichkeiten der Nutzung von Werksbesichtigungen, Betriebsführungen und Unternehmenspräsentationen zur Verbesserung der Beziehung zum Kunden.

Silvia Schaaf

**Autorin zahlreicher Studien und Fachbeiträge zur Entwicklung
des Erscheinungsbildes von Unternehmen**