



CUBIC CONSULTING



# Digital Loyalty - Kundenbindung im Internet

Einladung zum Seminar am 30. Oktober 2008  
im Mövenpick Hotel Hamburg

# Das Seminar



Mit dem ungebrochenen Wachstum der Bedeutung des Internets für alle Wirtschaftsbereiche steigen zunehmend auch die Herausforderungen für das Online Marketing.

Nicht nur, dass sich durch Long Tail und Web2.0 das Nachfrage- und Konsumverhalten der Kunden nachhaltig verändert - nein, es ist zudem durch die niedrigen Einstiegsbarrieren mittlerweile ein echter Hyperwettbewerb im eCommerce entstanden. Die Folgen: Die Gewinnung neuer Kunden wird zunehmend schwieriger und teurer. Umso wichtiger ist es daher, die einmal gewonnenen Kunden langfristig an das eigene Unternehmen zu binden.

In der Cubic Class „**Digital Loyalty - Kundenbindung im Internet**“ beantworten wir gemeinsam mit Ihnen die Fragen, wie sich die wertvollsten Kunden finden und an ihren Online-Auftritt oder Shop langfristig binden lassen. Unser eintägiges Intensiv-Seminar gibt Ihnen ein praxistaugliches Instrumentarium an die Hand, das von eCRM über den Einsatz von sozialen Netzwerken bis hin zum Controlling von Online-Kundenbindungsmaßnahmen reicht. Zu den Themen auf unserer Agenda gehören unter anderem:

- **eCRM - Kundenbeziehungen im Online Business**
- **Web2.0 - das kundenzentrierte Internet**
- **Maßnahmen zur Online-Kundenbindung**
- **Controlling von Kundenbindungsmaßnahmen im Internet**
- **Multichannel Loyalty - Wie online und offline voneinander profitieren**

Die Teilnahmegebühr für das eintägige Intensiv-Seminar beträgt 649,- Euro für die erste und nur 349,- Euro für jede weitere Person aus Ihrem Unternehmen (jeweils zzgl. 19% MwSt.).

## Der Seminarleiter

Ihr Seminarleiter, Dirk Ploss, ist Online-Marketing-Pionier der ersten Stunde und insgesamt seit knapp 25 Jahren online - damals noch zu Zeiten von Mailboxen, Datex-P und 300-Baud-Akustikkopplern. 2001 erschien mit dem „Handbuch E-Mail-Marketing“ das zweite seiner mittlerweile 14 Fachbücher, zu denen unter anderem auch das Kundenbindungs-Standardwerk „Das Loyalitäts-Netzwerk“ gehört.

## Die Location

Mitten im sympathischen Szene-Viertel „Schanze“ gelegen, vereint das Mövenpick Hotel Hamburg traditionelle Architektur mit modernstem Design und komfortablem Luxus. Das zentral erreichbare, in einen alten Wasserturm gebaute Hotel gilt insbesondere unter Tagungsveranstaltern als gefragter Geheimtipp.

# Die Agenda

08:30 Uhr

Begrüßung und Empfang der Unterlagen

09:00 Uhr

## **eCRM - Kundenbeziehungen im Internet**

- Web-Trends: Zahlen, Daten, Fakten
- CRM - Kundenbeziehungen erfolgreich managen
- Digital Loyalty - Ergebnisse einer deutschlandweiten Studie zur Kundentreue im eCommerce

10:30 Uhr

Kaffeepause

11:00 Uhr

## **Web2.0 - das kundenzentrierte Internet**

- Vom Endverbraucher zum Prosumenten: Das neue Selbstverständnis unserer Kunden
- Märkte sind Gespräche - die Macht der Mundpropaganda
- Folksonomies, The Social Web and User Generated Content
- Chancen und Risiken von Web2.0-Anwendungen in eCommerce und Online Marketing

12:30 Uhr

Gemeinsames Mittagessen

13:30 Uhr

## **Maßnahmen zur Online-Kundenbindung**

- Begeisterungsfaktoren im Internet - ein Überblick
- Instrumente und ihr zielgerichteter Einsatz
- Die digitale Kundenkarte - den Kunden sichtbar machen

14:30 Uhr

Kaffeepause

15:00 Uhr

## **Controlling von Kundenbindungsmaßnahmen im Internet**

- Key Performance Indicators im Kundenbindungsmanagement
- Web-Analytics und Web-Controlling
- LoyaltyScorecard: der Zusammenhang verschiedener Kennzahlen
- Kundendaten effektiv nutzen

16:00 Uhr

## **Multichannel Loyalty oder: Die Mär von der Kannibalisierung**

- Online finden, offline binden
- Kanalübergreifendes Cross-Selling
- Kanalübergreifender Service - Garant für Kundenbindung

17:00 Uhr

Ende des Seminars



## CUBIC CONSULTING

### Anmeldung zum Seminar „Digital Loyalty - Kundenbindung im Internet“

Mit diesem Formular können Sie sich verbindlich für die Cubic Class „Digital Loyalty - Kundenbindung im Internet“ am 30. Oktober 2008 im Mövenpick Hotel Hamburg anmelden. Die Teilnahmegebühr für diese ganztägige Veranstaltung beträgt **nur 649,- €** für die erste und **nur 349,- €** für jede weitere Person (jeweils zzgl. 19% MwSt.).

Einfach ausfüllen und **faxen an +49(0)40-35701303** oder per Post an Cubic Consulting GmbH, z.Hd. Frau Svenja Teichmann, Raboisen 16, 20095 Hamburg. Bitte beachten Sie, dass Ihre Anmeldung verbindlich ist und nur bis 30 Tage vor der Veranstaltung kostenfrei storniert werden kann.

### Ihre Anmeldung

Anrede, Vor- und Zuname

---

Firma bzw. Organisation

---

Abteilung

---

Position

---

Adresse (Straße, Nr.)

---

Adresse (PLZ, Ort)

---

E-Mail

---

Telefon (inkl. Vorwahl)

---

Fax (inkl. Vorwahl)

---

Ort, Datum, Unterschrift

---



### Ihre Daten

Ihre Daten werden von der Cubic Consulting GmbH zur Organisation und Durchführung des Seminars verwendet und elektronisch gespeichert.

Wir werden Sie gerne künftig über unsere Veranstaltungen informieren. Mit Ihrer Anmeldung geben Sie die Einwilligung, dass wir Sie auch per Fax, E-Mail oder Telefon kontaktieren dürfen.

Ihre Daten werden selbstverständlich **nicht** an andere Unternehmen weitergegeben bzw. für andere Zwecke genutzt.

### Teilnahmebedingungen

Der Teilnahmebetrag für das Seminar „Digital Loyalty - Kundenbindung im Internet“ beträgt - inklusive Mittagessen und Pausengetränken - 649 € zzgl. MwSt. für die erste und 349,- € zzgl. MwSt. für jede weitere Person aus einem Unternehmen. Er ist nach Erhalt

der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 30 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung

am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

# Fax: +49 40-35 70 13 03