

Basiswissen Kundenorientierung

1	Grundkurs Kundenorientierung.....	2
1.1	Kundenzufriedenheit	2
1.1.1	Die Wirkung von Kundenzufriedenheit	2
1.2	Märkte im Wandel.....	5
1.2.1	Lernziele.....	5
1.2.2	Zusammenfassung	6
1.2.3	Ursachen.....	7
1.2.4	Chance für den Energievertrieb.....	11
1.2.5	Risiken für den Energievertrieb	12
1.3	Perspektiven.....	13
1.3.1	Lernziele.....	13
1.3.2	Zusammenfassung	14
1.3.3	Kundensicht	15
1.3.4	Service- und Leistungssicht.....	18
1.3.5	Systemsicht.....	20
1.3.6	Test	24
1.4	CI/Vision/Mission.....	29
1.4.1	Lernziele.....	29
1.4.2	Zusammenfassung	30
1.4.3	Bedeutung der Corporate Identity.....	31
1.4.4	Vision	35
1.4.5	Mission.....	37
1.4.6	Test	38
1.5	Das erwartet Sie im Training.....	43
1.5.1	Einblick.....	43

Zielgruppe Energieversorgungsunternehmen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Front-Office, Kundenzentrum / Call Center / Auszubildende

Lernziel Das Web Based Training (WBT) macht es möglich, sich eigenständig Basiswissen zum Thema Kundenorientierung online anzueignen.

In zwei Kapiteln werden alle wichtigen Daten und Fakten zum Thema Stromversorgung aufgeführt.

Von Grundlagen über die Darstellung der Veränderungen, die Kundenorientierung notwendig machen bis zum Erkennen der unterschiedlichen Anforderungen des Marktes an das Unternehmen von gestern und heute.

Highlight: Das Dialog-System.
Mitarbeiter können online Fragen an einen Experten stellen.

Bearbeitungszeit 45 Minuten

Inhaltsübersicht **1 Grundkurs Kundenorientierung**
Das Kapitel Grundkurs Kundenorientierung handelt von den Veränderungen der Kundenorientierung und welche Anforderungen

und Notwendigkeiten diese mit sich bringen.

2 CI/Vision/Mission

Handelt von den einzelnen Bestandteilen der Corporate Identity und die strategischen und politischen Bedeutung definierter Aussagen der Geschäftsleitung im Prozess des Kundenbeziehungs-Managements erkennen und nachvollziehen zu können.

Multiple Choice Tests

Jedes Kapitel schließt mit einem Multiple Choice Test mit Fragen zum vorangegangenen Kapitel ab.

Ansichtsbeispiel

The screenshot shows a web browser window titled 'Kundenorientierung - Windows Internet Explorer'. The address bar shows the URL: <http://yoursales.learning-suite.de/Kundenorientierung/main.cfm?screenSize=1024x768&newuser=no&anonymousLogin=false>. The page content includes a navigation table, a main text area, and a diagram.

THEMA	KAPITEL	UNTERKAPITEL
Grundkurs	CI/Vision/Mission	Bedeutung der Corporate Identity
Kundenorientierung		

Bedeutung der Corporate Identity

Bevor man Corporate Behaviour, Corporate Communication und Corporate Design definiert, müssen die Visionen, die Werte, die Normen und die Leitbilder des Unternehmens definiert werden.

Für die die meisten Energieversorgungsunternehmen wurden bereits Leitbilder definiert und im Rahmen von Projektgruppen auf bereiter Basis diskutiert.

Die zentrale Frage lautet:

Welche Rolle spielt der Kunde in den Leitbildern des Energieversorgungsunternehmen in dem ich arbeite?

Bestandteile der Corporate Identity

The diagram is a circular model with 'Vision' at the center. Surrounding it are four segments: 'Corporate Behaviour' (top, orange), 'Corporate Design' (left, grey), 'Corporate Communications' (right, blue), and 'Corporate Identity' (bottom, dark blue). Each segment contains sub-elements: 'Corporate Behaviour' includes 'Mitarbeiter-Verhalten' and 'Markenkompetenz'; 'Corporate Design' includes 'Markennutzen' and 'Erscheinungsbild'; 'Corporate Communications' includes 'Markencharakter' and 'Unternehmens-Kommunikation'.

Navigation: Seite 1 von 4

Footer: ÜBERSICHT | SUCHE | LINKS | GLOSSAR | SEITE HILFE | STRUKTUR BEENDEN

Kontakt RDE GmbH & Co KG
 Frau Schubert Anne
 Bismarckstr. 9 – 11
 97080 Würzburg

Fon: 0931- 300 36 16
 Fax: 0931- 300 27 41
 E-Mail: anne.schubert@rde-dienstleitungen.de