

B2B Kundenclub 2.0 – Der Club der Besten.

Dipl.-Kaufmann Werner Ruthmann



Vortragsinhalte

B2B-Kundenclubs gibt es vor allem für die Zielgruppe Handwerker bereits seit Mitte der 90er Jahre. Zwischen glühenden Vertretern und kategorischen Gegnern gibt es aber auch seit dieser Zeit einen heftigen Meinungsstreit über Sinn und „Unsinn“ solcher Markenclubs.

Der Vortrag zeigt auf, dass eine konzeptionelle Weiterentwicklung des B2B-Club-Konzepts um Qualifizierungs- und Zertifizierungskriterien die „Krone“ eines CRM-gestützten Loyalitäts-Programms sein kann, wenn entscheidende Voraussetzungen erfüllt werden. Im Seminar werden die Kriterien dargestellt und anhand von Beispielen aus der Praxis belegt.

Ihr Nutzen

- Anforderungen zur Implementierung eines Kundenclubs
- Die ersten Schritte bei der Planung
- Wichtige Tipps zur Finanzierung
- Erstellung eines realistischen Terminplans
- Möglichkeiten zur Messbarkeit

Zielgruppe

Marketing- und Vertriebsverantwortliche

Expertise

Werner Ruthmann hat nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre an den Universitäten Köln und Münster einige Führungspositionen bei namhaften Unternehmen bekleidet. Werner Ruthmann weiß, worauf es ankommt. Er kennt Marketing und Vertrieb und die dazugehörigen Anforderungen aus den unterschiedlichen Märkten und Perspektiven.

Im Jahr 2003 übernahm er die Agentur BMS, die heute Marktführer bei B2B-Customer-Loyalty-Programmen ist.

Referenzen

Canon	Philips
DuPont	Siemens
Johnson Wax	Toyota
Nikon	Viessmann etc.

Werner Ruthmann
Geschäftsführender Gesellschafter

BMS[®] Marketing Solutions
GmbH & Co. KG
Agentur für Vertriebsmarketing

Prinz-Friedrich-Straße 28e, 45257 Essen
fon 02 01 · 89 45 80

ruthmann@bms-marketing.com,
www.bms-marketing.com