Einführung eines Kundenbindungsprogramms für Geschäftskunden bei einem Energiedienstleister.

Ausgangslage	Projektauftrag	Vorgehen	Ergebnisse
▪ Existenz verschiedener Ansätze von Kundenbindungs-programmen innerhalb des Konzerns ▪ Vielzahl nicht aufeinander abgestimmter Einzelmaßnahmen des Vertriebs	▪ Einführung eines Kundenbindungs-programms für Geschäftskunden	▪ Strategieentwicklung und Definition der Programmziele ▪ Analyse der Kundenstruktur und Potenzialabschätzung ▪ Budgetplanung/Timing und Kosten-Nutzen-Analyse (inkl. Business Case) ▪ Festlegung des Programmangebots und Entwicklung von begleitenden Kommunikations-maßnahmen zur Programmeinführung	▪ Konzernweites Kundenbindungs-programm ▪ Vermarktungskonzept mit flankierenden Kommunikations-maßnahmen (extern und intern)