

Arbeitskreis Kundenmanagement

Alle Vorträge von 2004 – 2014

31. Meeting, 19.03.2014

- **Crowdsourcing: Eine Option für das Marketing in der Assekuranz?**
Matthias Klang, Geschäftsführer, bizforward GmbH, Moers
- **Moment Of Truth: Schadenmanagement als Verstärker für das Kundenmanagement**
Hanno Schmidt, Geschäftsführer, expira Schadenmanagement GmbH, Minden
- **Konzeptionsworkshop: Kundenkontakthistorie - Rahmenbedingungen, Herausforderungen, Potenziale**
Initialvortrag: Manfred Schulte, Fachreferent Kundenbeziehungsmanagement, LVM Versicherung, Münster
- **Das virtuelle Vermittlerbüro: Vorteile für Vermittler, Kunden und Versicherer**
Simon D. Bölling, Key Account Manager, SPS Schweers GmbH, München

30. Meeting, 11.09.2013

- **Kundenkommunikation: Die digitale Herausforderung**
Dr. Tanja Brettel, Principal, Bain & Company Deutschland, München
- **Die Zurich Sports-Kampagne: Erfahrungen im Social Marketing**
Manuel Woelki, Marketing, Zurich Gruppe, Bonn
- **Erfolgsfaktoren im telefonischen und schriftlichen Kundenservice**
Günther Seitz, Bereichsleiter Marketing und Vertrieb, CommuniGate Kommunikationsservice GmbH, Passau
- **Reise zu verschenken: Mit überschaubarem Budget effektiv Kundenbindung betreiben**
Jürgen Knauer, Almen & Palmen Touristik-Vertrieb GmbH, Baudenbach

29. Meeting, 12.06.2013

- **Beschwerdemanagement - die Königsdisziplin für erfolgreiche Kundenbeziehungen**
Stefan Heinisch, Senior Manager, ServiceValue GmbH, Köln
- **Erfahrungsbericht: Beschwerdemanagement bei der SV Sparkassenversicherung**
Gerhard Mörk, Referent Marketing & Christoph Kettel, Abteilungsleiter Betriebsorganisation, SV Sparkassenversicherung, Stuttgart
- **Aktives Beschwerdemanagement: Branchen-Erfahrungen & praktische Ansätze**
Dr. Markus Guthier, Senior Consultant, SHS VIVEON AG, München
- **Persönlichkeitsorientierte Kommunikation im Beschwerdefall**
Marc Ueckermeier, Director Business Development, IPM Institut für Persönlichkeitsorientierte Kommunikation

28. Meeting, 13.03.2013

- **Wertorientiertes Kundenmanagement - drei Gewinner: Kunde, Vertrieb und Unternehmen**
Manfred Schulte, Fachreferent Kundenbeziehungsmanagement, LVM Versicherung, Münster
- **Social CRM: Neue Potenziale für das Kundenmanagement**
Andreas Meyer, Senior Account Manager, update software Deutschland GmbH, Frankfurt
- **Verkaufsförderung durch intelligente Kundenbindung und Incentivierungskonzepte**
Torsten Sentis, Director Sales Incentives & Rewards, Edenred Deutschland GmbH, München
- **Macht Marketing es allen Recht?**
Manfred Belz, Abteilungsleiter Marktforschung / Strategisches Marketing, SIGNAL IDUNA Gruppe, Dortmund

27. Meeting, 12.09.2012

- **Dienst am Kunden: Welche Auswirkungen hat Social Media auf das Kundenmanagement?**
Georg Blum, Geschäftsführer, 1A Relations, Ebersbach
- **Aha! Warum Verständlichkeit so wichtig für eine gute Kundenbeziehung ist**
Markus Grutzeck, Geschäftsführer, Grutzeck-Software GmbH, Hanau
- **Social Media als Teil einer Customer Experience Strategie – Silos schaffen Frustration**
Torsten Friedrich, Client Manager CRM, ORACLE Deutschland B.V. & Co. KG, München

26. Meeting, 13.06.2012

- **Code of conduct zum Datenschutz: Der Branchenstandard des GDV und seine Auswirkungen auf das Kundenmanagement**
Bernd Fuhler, Vorstand, DATATREE AG, Düsseldorf
- **Datenschutz: Aktuelle Herausforderungen an CRM-Software und Kampagnenmanagement**
Markus Grutzeck, Geschäftsführer, Grutzeck-Software GmbH, Hanau
- **Zielgruppen nutzbar machen: Typologien und Methoden für die Assekuranz**
Vera Uhlenbrock, Senior Consultant und Bastian Neuwöhner, Senior Projekt Consultant, microm, Neuss

25. Meeting, 14.03.2012

- **E-Mail-Marketing-Trends 2012: So werden Ihre Kunden zu Markenbotschaftern**
Zoran Jotanovic, Business Development Manager, Epsilon International, Düsseldorf
- **Eine Potenzialanalyse zur Ermittlung der Kundenorientierung (ausgefallen)**
Thomas Hirsch, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, FIR e. V. an der RWTH Aachen, Aachen
- **Kundenwertschätzung und Kundenloyalität – Trigger zur Interaktion mit dem Kunden**
Marc Schmid, CEO, NOVADOO, Glattburg
- **Wie man ohne Aufwand das Kerngeschäft ergänzt und gleichzeitig die Kundenloyalität steigert**
Stefan Zanetti, Geschäftsführer, synesix solutions AG, Basel

24. Meeting, 14.09.2011

- **"Die sind super!"
Erfolgreiches Empfehlungsmanagement für Finanzdienstleister**
Torben Tietz, Partner, MSR Consulting, Köln
- **Evolution des Kundenmagazins: Magazin goes App**
Frank Döcke, Geschäftsführung, DIVAKOM GmbH, Wiesbaden
- **iBona - Der Versicherungsordner für die Hosentasche**
Dr. Frank Kersten, Geschäftsführer, AMC Finanzmarkt GmbH, Köln
Stefan Sautmann, Geschäftsführer, deviceX GmbH, Münster
- **Erfolgsfaktor Datenqualität: Do's und Don'ts**
Wilfried Eickholz, Leiter Produktmanagement, Uniserv GmbH, Pforzheim

23. Meeting, 15.06.2011

- **Der Versicherer in der Hosentasche - wie Apps den Kundendialog nachhaltig stärken können**
Dr. Heike Hölzner, Business Development, OEV Online Dienste GmbH, Düsseldorf
Andrea Dansauer, Leiterin Aktionsmanagement/Marktbearbeitung, SV Sparkassenversicherung, Stuttgart
- **Evolution des Kundenmagazins: Magazin goes App (ausgefallen wegen Krankheit)**
Frank Döcke, Geschäftsführung, DIVAKOM GmbH, Wiesbaden
- **Thema Kundenorientierung: Was Kunden wirklich wollen**
Dr. Claus Dethloff, Geschäftsführender Gesellschafter, ServiceValue GmbH, Köln
- **Churn Management – Ein Umsetzungsbeispiel aus der KfZ Versicherung**
Dr. Michael Hartmann, Associate Partner, Solution Providers Schweiz AG, Dübendorf

22. Meeting, 16.03.2011

- **Die ASSTEL 2.0 - neue Wege in der Kundenkommunikation**
Carlo Bewersdorf, Geschäftsführer Marketing, ASSTEL - Direktversicherer der Gothaer, Köln
- **Digital Assistant - Online-Abschluss und Online-Services in Echtzeit**
Ralf Pispers, Geschäftsführer, .dotkomm rich media solutions GmbH, Köln
- **Ideenmanagement zur Ermittlung von Kundenbedürfnissen**
Christian Radtke, Leiter CRM, ERGO Versicherungsgruppe, Düsseldorf
Sabine Bekker, Account Executive, Salesforce Deutschland GmbH, München
- **Diskussion und Erfahrungsaustausch**
Alle Teilnehmer

21. Meeting, 30.09.2010

- **Erlebnisbasierte Mehrwertkonzepte zur Neukundenansprache, Verkaufssteigerung und Kundenbindung: Hintergründe, Fallbeispiele, strategische Potentiale**
Sven Riner, Leiter Implementierung, synesix solutions AG, Basel
Peter Brinkmann, Leiter Marketing, Basler Versicherungen, Bad Homburg
- **Mehrwertprogramme bei der SIGNAL IDUNA**
Manfred Belz, Abteilungsleiter Marktforschung / Strategisches Marketing, SIGNAL IDUNA Gruppe, Dortmund
- **Die Philosophie von Zurich HelpPoint**
Kai Winkler, CRM Expert, Zurich Gruppe, Bonn
- **Mehrwertkonzepte in der Assekuranz – Chance oder vergebliche Liebesmüh?**
Dr. Frank Esselmann, Partner, MSR Consulting, Köln

20. Meeting, 10.06.2010 (ausgefallen)

- **Mehrwertprogramme bei der SIGNAL IDUNA**
Manfred Belz, Abteilungsleiter Marktforschung / Strategisches Marketing, SIGNAL IDUNA Gruppe, Dortmund
- **Die Philosophie von Zurich HelpPoint**
Kai Winkler, CRM Expert, Zurich Gruppe, Bonn
- **Mehrwertkonzepte in der Assekuranz – Chance oder vergebliche Liebesmüh?**
Dr. Frank Esselmann, Partner, MSR Consulting, Köln
- **Diskussion und Erfahrungsaustausch: Mit Mehrwert zur Kundenbindung?**
Alle Teilnehmer

19. Meeting, 10.03.2010

- **Der Stand des Kundenwertmanagements in der Versicherungsbranche – Ergebnisse des ersten Kundenwertbarometers**
Bernhard Schneider, Senior Manager Insurance, Business & Decision Deutschland GmbH, Hamburg
- **Erstellung von wertorientierten Kundentypologien zur Optimierung der individuellen Kundenansprache**
Thomas Dold, Geschäftsführer, DYMATRIX CONSULTING GROUP GmbH, Stuttgart
- **Mit Kundenzeitschriften zum Erfolg: Projekterfahrungen, Do's und Don'ts**
Thomas Ötinger, Geschäftsführer, marcapo GmbH, Ebern
- **Erfahrungsaustausch: Kundentypologien, Zielgruppen und Mehrwertkonzepte**
Moderation: Dr. Frank Esselmann, Partner, MSR Consulting, Köln

18. Meeting, 30.09.2009

- **Auswirkungen der UWG- und BDSG-Novellen auf die Telefonarbeit für und bei Finanzdienstleistern**
Thorsten Meyer, Geschäftsführer, MEYER-CONSULTING, Laboe
- **Zielgruppenmarketing am Beispiel „Junge Leute ab 18 Jahren“**
Theo Schinas, Business Development Manager, Experian Deutschland GmbH, Düsseldorf
- **Regionales Zielgruppenmarketing: So erreichen Ihre Vermittler die Zielgruppe "Junge Leute"**
Mirko Holzer, CEO, BrandMaker GmbH, Karlsruhe

17. Meeting, 04.06.2009

- **Database Marketing im Lichte der Verschärfungen im Datenschutz**
Harald Gall, Geschäftsführender Gesellschafter, The Profiling Company, Hamburg
- **Zielgruppenmanagement:
Do's und Don'ts am Beispiel der Zielgruppe 50+**
Dr. Alfons Niebuer, Member of the board, SMP AG, Düsseldorf
Dr. Gunnar Joachimsohn, Managing Director, inexsu Ltd., Steinburg
- **Erfahrungsbericht: Aufbau eines Kundenreporting bei der Signal Iduna**
Michael Ploch, SIGNAL IDUNA Gruppe, Dortmund

16. Meeting, 26.02.2009

- **Wertorientiertes Kundenmanagement: Vom Antrag bis zum Cross-Selling**
Dr. Stephanie Miehl, Key-Account-Managerin, arvato infoscore, Wiesbaden
- **Kooperationsmarketing - neue Wege zum Kunden**
Detlef Schmidt, Geschäftsführer, SMC - Schmidt Management Consulting AG, Zürich
- **Das Verhalten von Kunden und Vermittlern verstehen - effektive Ziegruppenanalyse**
Simone Schwarz, Senior Consultant, wetreu Unternehmensberatung KG, Kiel

15. Meeting, 22.10.2008

- **Stornomanagement - Effektive Maßnahmen und notwendige Voraussetzungen**
Michael Schönwald, MSR Consulting, Köln
- **Einsatz neuer Medien zur Kundeninteraktion und Kundenbindung**
Ralf Pispers, Geschäftsführer, .dotkomm rich media solutions GmbH, Köln
- **Erfahrungsbericht: Die "Deutschland-Rente"**
Dietolf Winkels, Bereichsleiter Marketing, RheinLand Versicherungsgruppe, Neuss

14. Meeting, 25.06.2008

- **Kundenkenntnis als Basis für eine effiziente Kundenbindung**
Dr. Irina Bechmann, Partner, Schober Partners Group AG, Zürich
- **Kundenbindung in der Assekuranz - emotional und individuell gestalten**
Sven Ch. Hoehne, Head of Sales National, Kooperationspark Holding, Kleinmachnow
- **Beschwerdemanagement als Instrument der Kundenbindung**
Dr. Frank Kersten, Senior Manager, AMC Münster, Münster
- **Beschwerdemanagement bei der Westfälischen Provinzial**
Thomas Dierkes, Marketingreferent, Westfälische Provinzial Versicherung AG, Münster
- **Kennzahlen für das Kundenmanagement: Status Quo**
Dr. Frank Kersten, Senior Manager, AMC Münster, Münster

13. Meeting, 20.02.2008

- **Zielgruppenmanagement in der Assekuranz**
Oliver Thiel, Senior Manager Insurance, Steria Mummert Consulting AG, Düsseldorf
- **Die Best Ager - eine Typologie**
André Petras, Director, TNS Infratest, Bielefeld
- **Bestandskundenmarketing bei den KarstadtQuelle Versicherungen - Ein Erfahrungsbericht**
Michaela Ebert, KarstadtQuelle Versicherungen, Fürth
- **Kennzahlen für das Kundenmanagement: Status Quo und Perspektiven**
Dr. Frank Kersten, AMC Münster

12. Meeting, 18.10.2007

- **Diskussion und Erfahrungsaustausch:
Kündigerverhalten in der KFZ-Versicherung**
- **Zielgruppenmarketing: Die Zielgruppe "Frauen"**
Dr. Frank Kersten, AMC
- **Corporate Publishing bei der Gothaer**
Guido Debus, Referent Marketing, Gothaer
Sabine Lerch, Senior Consultant, TNS Infratest
- **Kennzahlen für das Kundenmanagement: Hierarchien und Abhängigkeiten**
Dr. Frank Kersten, AMC Münster

11. Meeting, 14.06.2007

- **Corporate Publishing -
Messbarer Nutzen für das Kundenmanagement**
Mark Lammers, TNS Infratest
- **Kundenzufriedenheits-Benchmarking**
Dr. Frank Esselmann & Michael Kullmann, MSR Consulting
- **Qualitätssiegel im Vertrieb -
Potenziale für das Kundenmanagement**
Thomas Dierkes, Westfälische Provinzial Versicherung AG
- **Kennzahlen für das Kundenmanagement:
Kundeninteraktion, Kundenkenntnis, Kundenzufriedenheit**
Dr. Frank Kersten, AMC Münster

10. Meeting, 22.02.2007

- **Der AMC-Kennzahlenkatalog**
Dr. Frank Kersten, AMC Münster
- **Kennzahlen-Cockpit mit QlikView**
Matthias Frye, QlikTech Deutschland
- **Datenqualität durch linguistische Methoden**
Dr. Holger Wandt, Human Inference

9. Meeting, 12.10.2006

Definition von Kennzahlen für die Dimension „**Kundenkenntnis**“ und „**Kundenzufriedenheit**“

8. Meeting, 13.06.2006

Konkretisierung der Ergebnisse des 7. Arbeitskreistreffens:

- Eindeutige **Benennung** der Kennzahlen
- Zu berücksichtigende **Daten** nach Dimension und Zeitbezug
- **Berechnungsvorschriften** für die diskutierten Kennzahlen
- Ableitung von **Wirkungszusammenhängen** zwischen den Kennzahlen

7. Meeting, 16.02.2006

In einer **VU-internen Runde** werden folgende Themen diskutiert:

- Welche Kennzahlen werden im Kundenmanagement in der Praxis erhoben?
- Welche Kennzahlen wären sonst noch für das Kundenmanagement wichtig, werden aber nicht ermittelt?
- Welche Informationen fließen in die Ermittlung der Kennzahlen ein?
- Wie werden diese Informationen erhoben? In welchen Abständen?
- Wie werden die Kennzahlen zur Verfügung gestellt? Inhalt (Punktgenaue oder klassifizierte Werte)? Zeitpunkt? Medium?
- Wer arbeitet wie mit den Kennzahlen? Vertrieb? Zentrale Funktionen? Alle?
- Welche Algorithmen werden zur Ermittlung der Kennzahlen eingesetzt?
- Wie kann gewährleistet werden, dass die Kennzahlen vertrauenswürdig volatil, d. h. nachvollziehbar in der Entwicklung sind?

6. Meeting, 13.10.2005

- **Gel(i)ebtes CRM - der Mitarbeiter als Erfolgsfaktor**
Max Geiger, FrontRange
- **Learning from the leaders:
Qualitätsmessung im telefonischen Kundenkontakt**
Kai Sievers, defacto
- **Vertriebseffizienz im Aussendienst am Beispiel der Wiener Städtischen Versicherung**
Michael Müller, SAP Deutschland AG & Co. KG
- **Auswertung von Beschwerden und Beschwerdeinformationsnutzung**
Robert Stiegler, Nürnberger Versicherungsgruppe
Michael Kolbensschlag, Rödl IT Consulting

5. Meeting, 16.06.2005

- **Beschwerdemanagement: Beschwerdeführer zu treuen Kunden machen**
Christoph Brüntrup, Materna
- **Messung von Dienstleistungsqualität via Mystery Shopping**
Andreas Guber, Gothaer
- **Entwicklungen und Trends im Kundenmanagement**
Martina Schimmel-Schloo, Schimmel Media Verlag
- **Unternehmenswert durch Kundenwert - CRM als integraler Bestandteil der AXA Multikanalstrategie**
Stefanie Zech, AXA

4. Meeting, 17.02.2005

- **Aufbau- und Ablauforganisation zum Management des CRM-Prozesses**
Dr. Stephan Schusser, Senior Vice President, Vectia
- **CRM-Kennzahlen**
Dr. Gero Matouschek, Bain & Company Germany
- **Controlling des Kundenmanagements**
Alexander Schmitz-Hübsch, Universität Münster
- **Erfahrungsbericht CRM:
Kundenwert in der Praxis**
Nils Große Stetzkamp, Westfälische Provinzial Versicherung

3. Meeting, 14.10.2004

- **Dezentrale Mailingaktionen für den Vertrieb**
Markus Kalab, Allianz Private Krankenversicherungs-AG
- **Mehrwertkonzept & Kundenclub**
Chancen für eine positive Bestandsentwicklung - auch bei Versicherern
Zdenka Buksa, Marketing Vision GmbH
- **Closed-Loop in der ergebnisgestützten Kampagnen- und Prozessoptimierung**
Sven Bruck, Geschäftsführer ABS Fachagentur für edv-gestütztes Marketing

2. Meeting, 17.06.2004

- **Kundenanalysen in einem Versicherungsbestand.**
Projekterfahrungen der Gerling Vertrieb Firmen und Privat AG
Manuel Kienzler, Fachliche Leitung Kundenbindung, Gerling Allgemeine Versicherungs-AG
- **Kundenwertorientierte Vertriebssteuerung.**
Erfahrungen bei der Hamburg-Mannheimer
Klaus-Jürgen Herlan, Referatsleiter, Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG
- **Strategische Kundensegmentierung.**
Ansätze und Erfahrungen aus unterschiedlichen Industrien
Dr. Stephan Schusser, Senior Vice President, Vectia

1. Meeting, 17.04.2004

- **Das Ende von CRM? Wenn Träume zerplatzen und was übrig bleibt**
Sven Bruck, Geschäftsführer ABS Fachagentur für edv-gestütztes Marketing
- **Think Big, start small - Wiederbelebung von CRM durch gezielte Maßnahmen**
Werner Zöllner, Mitglied der Geschäftsleitung, PA Consulting Group
Michael Stockkamp, Global IT Consulting Group, PA Consulting Group
- **Potenzialanalysen fürs CRM: die Reanimation eines verlorenen Traumes?**
Bernhard Keller, Director - Financial Research / Energy & Resources, TNS Emnid