

---

## Umfangreiche Praxishilfe zur Kundenwertanalyse

Veröffentlicht am: 03.09.2012, 16:41

Pressemitteilung von: **denkfabrik groupcom GmbH // Wilfried Heinrich**

Abseits solcher öffentlich stark diskutierter Themen wie Social-CRM oder Mobile-CRM entwickelt sich in den Unternehmen das Kundenwertmanagement zunehmend zu einem starken Trend. Es zielt darauf ab, die möglichen Vertriebspotenziale zu ermitteln und gezielte Maßnahmen für die Adressaten mit einem hohen Kundenwert zu entwickeln.

Allerdings sind hierbei eine Vielzahl methodischer und auch datenschutzrechtlicher Fragen zu beantworten, um das Kundenwertmanagement zielführend und erfolgsorientiert zu gestalten. Die ec4u expert consulting ag hat deshalb einen umfangreichen und produktneutralen Leitfaden "Ein Kultbegriff wird zum CRM-Trend 2012" mit praktischen Hilfestellungen für die Marketing- und Vertriebsabteilungen der Unternehmen herausgegeben. Er wird kostenlos zur Verfügung gestellt.

"Das Kundenwertmanagement dient als wirksames Instrument, um Ressourcen gezielt für die attraktivsten Kundensegmente auszurichten. So haben Studien nachgewiesen, dass auf diesem Weg die Loyalität der Kunden gesteigert und gleichzeitig die internen Prozesse optimiert werden können. Somit wird der Kundenwert aus Unternehmenssicht zum strategischen Steuerungsinstrument", erklärt Adriana Filip, Senior Consultant bei ec4u. Andererseits stehen Kundenwertanalysen in einem Spannungsfeld zwischen hohen Nutzenperspektiven einerseits und den Restriktionen durch das Datenschutzgesetz", problematisiert er. Aus diesem Grund sei es notwendig, ein Kundenwertmodell zu entwickeln, dass sich an den Rahmenbedingungen orientiert und gleichzeitig verschiedene erfolgskritische Faktoren berücksichtigt.

Deren Darstellung gehört zum Kern des ec4u-Leitfadens. Er beschäftigt sich inhaltlich ausführlich mit den Zielen des Kundenwertmanagements und skizziert anschließend die wesentlichen Aspekte zur Entwicklung eines wirkungsvollen Kundenwertmodells. Darüber hinaus werden in der 12-seitigen Praxishilfe die Datenschutzproblematik diskutiert und praktische Tipps gegeben, wie typische Stolpersteine im Kundenwertmanagement gemeistert werden können.

Der Leitfaden "Ein Kultbegriff wird zum CRM-Trend 2012" kann kostenfrei bestellt werden bei [sabine.kirchem@ec4u.de](mailto:sabine.kirchem@ec4u.de)

---

## Pressekontakt

Herr Wilfried Heinrich  
Geschäftsführer

### **denkfabrik groupcom GmbH**

Pastoratstraße 6  
50354 Hürth, Deutschland

Telefon: +49 (0) 22 33 - 61 17-72

E-Mail: wilfried.heinrich@denkfabrik-group.com

Website: www.denkfabrik-group.com

### **Firmenportrait**

Der Name der Denkfabrik ist ihr Konzept: Mehr Gedanken als üblich investieren, um zu den etwas wirkungsvolleren und gleichzeitig wirtschaftlicheren Wegen in PR und Marketing zu gelangen. In jedem noch so selbstverständlich erscheinenden Projekt, weil der Erfolg tagtäglich neu erkämpft werden muss. Apropos kämpfen: Denken allein führt nicht zum Ziel. Weil selbst exzellente Ideen nur soviel wert sind, wie sie auch in der Praxis an hohen Erwartungen erfüllen können. Und dafür können wir den Beweis anführen.

#### **Wichtiger Hinweis:**

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Pressportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Pressportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: [www.trendkraft.de/haftungsausschluss](http://www.trendkraft.de/haftungsausschluss)