

Aus Besuchern Stammkunden machen

Besucher finden und binden

R Prof. Dr. Armin Klein



Professor für Kulturmanagement und Kulturwissenschaften; Kulturreferent und Autor zahlreicher Standardwerke zum Kulturmarketing

www.kulturmanagement-armin-klein.com

Angesichts ständig zunehmender Kulturangebote und wachsender Konkurrenz stellt sich die Frage: Wie kann es dem einzelnen Kulturbetrieb gelingen, seine Besucherinnen dauerhaft zu binden? Und welche Vorteile kann er daraus ziehen? Das Seminar geht dabei Schritt für Schritt den Weg von einer prinzipiellen Besucherorientierung (in deren Mittelpunkt die Orientierung auf den einzelnen Besucher gerichtet ist) über die Erreichung von Besucherzufriedenheit hin zur dauerhaften Besucherbindung. Ein wichtiger Baustein ist dabei das sogenannte Data-Base-Marketing.

Es wird gezeigt, dass alte Instrumente der Besucherbindung (z. B. Abonnements-, Fördervereine) an Attraktivität verlieren und innovative Formen der Besucherbindung (wie etwa Besucherclubs und sogenannte Memberships) an Bedeutung gewinnen. Nicht zuletzt soll ein systematisches Beschwerdemanagement die Kundenzufriedenheit stärken, mit dem Ziel: »Damit Sie gerne wiederkommen.«

! Auf einen Blick

Do. 12. September

10 Uhr bis 17 Uhr

Ort: Koblenz, Medienladen

Kosten: 90 € inkl. Arbeitsmaterialien

max. 24 Teilnehmende

Inhalte

- » Vorteile der Besucherbindung
- » Von der Besucherorientierung zur Besucherbindung
- » Beschwerdemanagement
- » »Kulturmarken« als Instrument der Besucherbindung
- » Traditionelle Instrumente der Besucherbindung: Abonnement, Besucherorganisationen, Fördervereine
- » Innovative Instrumente der Besucherbindung: Besucherkarten, Besucherclubs, Memberships