

Don Peppers

Marketingvisionär und Erfinder des 1:1 Marketing Konzepts

CSA CELEBRITY SPEAKERS

Don Peppers hat sich als einer der bekanntesten Experten auf dem Gebiet des strategischen Managements von Kunden-beziehungen profiliert und zählt weltweit zu den Vordenkern in diesem Bereich. Er ist Gründungspartner der Peppers und Rogers Gruppe, einer der führenden Unternehmungs-beratungen im Bereich Kundenmanagement. Das Accenture Institut bezeichnet ihn als einen der Top Denker und Autoren zu Managementthemen.

"Einer der einflussreichesten Denker im Marketing- und Geschäftsbereich" - Chartered Institute for Marketing

Im Einzelnen

Don Peppers gründete mit Martha Rogers vor mehr als fünfzehn Jahren die international tätige Unternehmensberatung Peppers & Rogers Group. Sie hat Standorte in Europa, Asien, Australien, Afrika, Mittel- und Südamerika. Don Peppers prägte den Begriff 1:1 Marketing bereits 1993. Sein erstes Buch zu diesem Thema 'The One to One Future' wurde über 1 Million mal in 14 Sprachen verkauft.

Seine Vorträge

Im Vordergrund von Peppers Marketingkonzept steht der Aufbau einer persönlichen Beziehung zum Kunden. Er gibt Einblick in aktuelle und künftige Trends im Kundenbeziehungs-management und diskutiert die strukturellen und kulturellen Erfolgsfaktoren von Unternehmen im Hinblick auf ein innovatives Kundenmanage-ment.

Sein Vortragsstil

Seine klaren Ausführungen und visionären Ideen machen Don Peppers zu einem gefeierten Redner auf bedeutenden Foren.

Themen

Innovatives Kundenmanagement

1:1 Marketing

Aktuelle und künftige CRM-Trends

Profitabilität von Kundenbeziehungen, Kunden-wert und Mitarbeiterkultur

Sprachen

Er referiert auf Englisch.

Möchten Sie mehr erfahren?

Für ausführlichere Informationen rufen Sie uns bitte an oder schicken Sie uns eine E-Mail.^Wie können Sie den Redner/die Rednerin buchen?Per Telefon oder E-Mail.

Publikationen

2008

Rules to Break and Laws to Follow: How Your Business Can Beat the Crisis of Short-Termism (mit Martha Rogers)

2005Return on Customer: Creating and Maximising Value from Your Scarcest Resource

2002One to One B2B: Customer Development Strategies for the Business-to-Business World

1999The One to One Manager

1998The One to One Field Book

1993The One to One Future: Building Relationships One Customer at a Time