

---

## Unsere Referenten



**Christoph Spengler**  
Accelerom AG, Zürich



**Christa Furter**  
iba AG, Bolligen



**Stefan Schürch**  
Vital Energie AG, Winterthur



**Edoardo Finotti**  
Model AG, Weinfelden



**Dr. Hans-Georg Häusel**  
Gruppe Nymphenburg Consult AG,  
München



**Anne M. Schüller**  
Anne M. Schüller Marketing  
Consulting, München

---

**Christoph Spengler**  
Accelerom AG, Zürich

Christoph Spengler ist Gründer und Managing Director der Marketing-Intelligence-Firma Accelerom AG. Seit 2004 berät Accelerom namhafte Unternehmen (Detailhandel, Dienstleistung) im In- und Ausland zum Thema Customer Touchpoint Management. Mit über 1000 untersuchten Touchpoints, 500 Markenprofilen in über 30 Ländern ist Accelerom Pionier und Leader im Touchpoint Management.

Sein Einstiegsreferat wird Sie mit der 360-Grad-Touchpoint-Betrachtung vertraut machen: Stärkung des Unternehmens mit messbarer, kundenzentrierter Leistungssteigerung und Schaffung eines eigenständigen Markenerlebnisses.

---

Referat **17 Touchpoints bis zum Kauf**

- 360° Touchpoint Efficiency Valuator
- Touchpoint-Portfolio eines Online-Händlers
- Emotionale Killer im Online-Versandhandel

---

**Christa Furter**  
iba AG, Bolligen

Christa Furter führt seit Anfang 2011 den B2B-Bürobedarfsversender iba AG als CEO. In früheren Funktionen leitete sie La Redoute Österreich und war in verschiedenen bekannten B2C-Versandunternehmen für den Bereich Marketing und Einkauf verantwortlich.

Die iba AG gilt als Vorzeigebispiel für ein erfolgreiches, kundennahes KMU-Unternehmen im B2B-Bereich. Wie erreicht die iba AG positive Kundenemotionen?

---

Referat **Emotionen im B2B-Handel**

- Was ein Sugus kostet und was es bringt
- Der indirekte Weg über die Schulzimmer
- Kundensegmentierung und -betreuung

---

**Stefan Schürch**  
Vital Energie AG, Winterthur

Stefan Schürch kaufte 2009 aus einem Mandat heraus die Vital Energie AG Schweiz und übernahm Ende 2010 auch die deutsche Vital Energie. 25 Jahre Erfahrung in Verkauf und Marketing in nationalen und internationalen Firmen haben seine Kundenorientierung geschärft.

Wie entsteht eine emotionale Kundenbindung mit einem «unemotionalen» Produkt, und wie kann diese für eine Firma zum jährlichen Wachstum von 30% beitragen?

---

Referat **Emotionale Hörgerätebatterien**

- Kunden finden – Kunden binden
- Ein «wow» für jeden Kunden
- Was früher Standard war, übertrifft heute die Erwartungen der Kunden

---

**Edoardo Finotti**  
Model AG, Weinfelden

Edoardo Finotti ist Mitglied des Management-Teams und Leiter Innovation and Competence Center der grössten Schweizer Kartonverpackungs-Herstellerin Model AG in Weinfelden. Er hat die Ausbildung zum Verpackungstechnologen konzipiert und referiert an Gewerbeschulen und Weiterbildungsinstituten.

Häufig ist das Paket der erste echte greifbare Kontakt zwischen Kunde und Unternehmen. Eine grosse Chance, alles richtig zu machen – oder auch nicht. Richtig oder falsch gibt es kaum, aber es gibt viele Alternativen, welche Emotionen wecken.

---

Referat **Das wäre Ihr Geschenk gewesen!**

- Das Paket als Markenbotschafter
- Jede Sendung ein Geschenk
- Ökologie und Praktisches

---

**Dr. Hans-Georg Häusel**

Gruppe Nymphenburg Consult AG, München

Dr. Hans-Georg Häusel ist Dipl.-Psychologe und Vorstand der Gruppe Nymphenburg. In der Marketing-Hirnforschung und ihrer Übertragung auf Fragen des Konsumverhaltens, Marketings und Marken-Managements zählt er weltweit zu den führenden Experten. Er ist Mitglied im wissenschaftlichen Beirat der Zeitschrift «NeuroPsycho-Economics», Dozent an der Hochschule für Wirtschaft in Zürich, Bestsellerautor und gilt als einer der besten Redner im deutschsprachigen Raum.

In seinem Referat widmet er sich den Kernfragen jedes Händlers.

Wie entstehen starke Marken im Gehirn? Was passiert im Gehirn des Menschen, wenn er sich mit dem Kauf eines Produktes auseinandersetzt? Wann hat man den Kunden überzeugt, und was sind mögliche Emotionskiller im Online-Handel? Wie gross ist die Macht des Unbewussten, und lässt sie sich überhaupt beeinflussen?

---

**Referat Brain Brands**

- Die Kaufzentrale des Menschen
- Limbic® Types – das Unbewusste verstehen

---

**Anne M. Schüller**

Anne M. Schüller Marketing Consulting, München

Anne M. Schüller ist Diplom-Betriebswirtin, Bestsellerautorin und Management-Consultant. Sie gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing in Europa und als eine der gefragtesten Business-Speaker im deutschsprachigen Raum. Für ihr Buch «Kundennähe in der Chefetage» erhielt sie den Schweizer Wirtschaftsbuchpreis 2008, verliehen vom schweizerischen Wirtschaftstitel «Handelszeitung».

Kontaktpunkte optimieren, bestehende Kundenbeziehungen festigen und via Weiterempfehlung hochwertiges Neugeschäft sichern – auch in Social-Media-Zeiten! Wie das Instrumentarium des Touchpoint Managements Schritt für Schritt funktioniert, welche Beispiele aus den verschiedensten Branchen es gibt und wie im Einzelnen vorzugehen ist, darum geht es in diesem praxisnahen Abschlussvortrag.

---

**Referat Customer Touchpoint Management ist Chefsache**

- Die alten und neuen Momente der Wahrheit
- Wie die Mitarbeiter eingebunden werden können
- Wie sich Umsetzungserfolg messen und steuern lässt

---

**Programm**

---

**Donnerstag, 27. Oktober 2011**

- 10.30 Workshop-Sessions zum Thema E-Motion  
• Bazaarvoice.com: Produkte und Unternehmensbewertungen  
• Trusted Shops: Gütesiegel und Vertrauen
- 12.00 Willkommens-Bufferet
- 13.30 Begrüssung Kessler
- 13.35 17 Touchpoints bis zum Kauf Spengler
- 14.20 Kurzpause
- 14.30 Emotionen im B2B-Handel Furter
- 15.00 Emotionale Hörgerätebatterien Schürch
- 15.30 Pause
- 16.15 Das wäre Ihr Geschenk gewesen! Finotti
- 17.00 Ende 1. Seminartag
- 18.00 Apéro
- 19.15 Dinner auf Einladung der Schweizerischen Post

---

**Freitag, 28. Oktober 2011**

- 09.15 Brain Brands Häusel
- 10.15 Kaffeepause
- 11.00 Customer Touchpoint Management ist Chefsache Schüller
- 12.00 Verabschiedung Kessler
- 12.15 Lunch