



Kunden auf der Flucht?

Wie Sie loyale Kunden gewinnen und halten

München, 20. 1. 2010. Die Wechselbereitschaft der Kunden ist so groß wie nie. Die Illoyalen sind auf dem Vormarsch. Das neue Phänomen heißt: der flüchtende Kunde. Dies hat nicht nur mit gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu tun; vielmehr sind Kundenverluste in den meisten Fällen hausgemacht. Weil Unternehmen immer noch viel zu selbstzentriert agieren und der Kunde eben *nicht* an erster Stelle steht. Und weil die meisten Verkäufer Kunden lieber jagen, anstatt sie zu hegen und zu pflegen. Als Bestandskunde hat man oft das Gefühl, nurmehr „zweite Klasse“ zu sein.

Der Finanz- und Wirtschaftscrash hat überdeutlich gezeigt, was passiert, wenn der schnelle Dollar mehr wert ist als der treue Kunde. Das „alte“ Marketing und die Managementmoden aus den letzten Jahrzehnten funktionieren nicht mehr. Es braucht nun schleunigst eine neue Vertriebskultur und vor allem ein neues Umgehen mit dem wertvollsten, das ein Unternehmen besitzt: treue Immer-wieder-Kunden und aktive positive Empfehler. Denn nicht Konsumverzicht, sondern Loyalität ist die schärfste ‚Waffe‘ des Kunden. Der (Wieder-)Aufbau einer dauerhaften Kundenloyalität ist somit die größte unternehmerische Herausforderung der nahen Zukunft.

Die Frage ist nun: Wie schafft man das? Was müssen Unternehmen tun, um heute und morgen und auch noch übermorgen die *freiwillige* Treue profitabler Kunden zu erhalten – denn binden lassen sie sich nicht mehr. Diese für jeden Unternehmer überlebenswichtige Schlüsselfrage beantwortet Anne M. Schüller, Expertin für Loyalitätsmarketing, in ihrem neuen Buch in drei Teilen:

- Teil 1 (das Rüstzeug): Wann und wie entsteht überhaupt Loyalität?
- Teil 2 (die strategische Basis): Wie muss ein Unternehmen aufgestellt sein, um die Loyalität profitabler Wunschkunden zu gewinnen und auf Dauer zu sichern?
- Teil 3 (die operative Umsetzung): Was ist konkret zu tun, um loyale Kunden zu erhalten? Und wichtiger noch: *Wie* ist es zu tun?

Unter anderem wird erläutert, was im Kundenhirn passieren muss, damit Treue überhaupt entstehen kann. Der Unterschied zwischen dem veralteten Begriff der Kundenbindung und dem modernen Begriff der Kundenloyalität wird sichtbar gemacht. Vor allem aber wird gezeigt, welche strategische Basis gelegt und welche operativen Maßnahmen eingeleitet werden können und müssen, damit Kunden zu durch und durch loyalen Käufern und aktiven, positiven Empfehlern werden - offline wie auch online. Das Customer Touchpoint Management (Kundenkontaktpunkt-Management) nimmt dabei eine zentrale Bedeutung ein. Das Ziel: die Loyalitätsführerschaft.

Bibliographie



Anne M. Schüller

Kunden auf der Flucht?

Wie Sie loyale Kunden gewinnen und halten

Orell Füssli 2010, 208 Seiten, gebunden

26,90 Euro / 44.00 CHF

ISBN 978-3-280-05382-9

Über die Autorin



Anne M. Schüller ist Managementberaterin und gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing. Sie hat über zwanzig Jahre in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen verschiedener Dienstleistungsbranchen gearbeitet. Die Diplom-Betriebswirtin und neunfache Buchautorin lehrt an mehreren Hochschulen. Sie gehört zum Kreis der Excellent Speakers. Zu ihrem Kundenstamm zählt die Elite der Wirtschaft. Ihr Buch „Kundennähe in der

Chefetage“ wurde mit dem Schweizer Wirtschaftsbuchpreis 2008 ausgezeichnet.

Kontakt

Anne M. Schüller

Marketing Consulting

Harthäuser Str. 54

81545 München

Office 0049 (0)89 6423208

Mobil 0049 (0)172 8319612

info@anneschueller.de

www.anneschueller.de oder www.loyalitaetsmarketing.com