

Pressemeldung

In Zeiten des mächtigen Social Web ein Muss: Kundennähe in der Chefetage

Noch nie war es so dringlich wie heute, so nah wie möglich am Kunden zu sein - und Mitarbeiterführung kundenfokussiert zu gestalten. Denn Unternehmen erreichen eine Vorrang-Stellung nicht länger durch das, was sie tun, sondern darüber, wie der Kunde dies wahrnimmt - und was er dazu der ganzen Welt erzählt. Interaktive Web-Plattformen machen es möglich, jedes beliebige Angebot unzähligen Interessenten wärmstens zu empfehlen – oder eisig abzuraten. Und die Menschen machen rege Gebrauch davon. Ohne Pardon.

Nur, wer als Anbieter wie aus einem Guss agiert, wird in diesem neuen Szenario überleben. Indes kümmern sich in vielen Unternehmen die diversen Einheiten immer noch mehr oder weniger unkoordiniert um die Belange des Kunden. Das nennt man ‚Silo-Denke‘. Der Kunde hingegen betrachtet ein Unternehmen immer als Ganzheit. Und er verlangt Spitzenleistungen - von Spitzenleistern erbracht. Spitzenleistungen kann man allerdings nicht einfordern, sondern nur ermöglichen. Sie haben immer zwei Komponenten: das Können und das Wollen.

Führungskräfte haben demnach die Aufgabe, Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass sie den Mitarbeitern ermöglichen, für die Kunden ihr Bestes geben zu können und vor allem: Dies auch zu wollen. Anne M. Schüller, führende Expertin für Loyaltätsmarketing im europäischen Raum, zeigt in Ihrem Buch „Kundennähe in der Chefetage“, wie das funktioniert. Unter anderem behandelt sie auch einen neuen Führungsansatz: die kundenfokussierte Mitarbeiterführung. Diese beinhaltet die folgenden fünf Aspekte:

1. Die Mitarbeiter sind in die Unternehmensstrategie aktiv eingebunden.
2. Die Führungskraft lebt Kundenfokussierung sichtbar vor.
3. Die Mitarbeitermotivation wird regelmäßig gemessen - und sie ist hoch.
4. Kundenfokussierung wird gefördert, gelobt und belohnt.
5. An kundenfokussierter Prozess-Optimierung wird ständig gearbeitet.

All das braucht nicht nur auf den Kunden ausgerichtete Leitbilder, sondern auch kundennahe Führungskräfte-Vorbilder. Und Freiräume. Denn Kreativität - die Schlüsselressource der Zukunft – braucht Weite. Und sie kann sich nur in heiteren Hirnen entfalten. Deshalb wächst wahre Kundenfokussierung nur auf Basis einer „lachenden Unternehmenskultur“. Und mithilfe eines Ideenmanagements, das sowohl die Mitarbeiter als auch die Kunden als Ideengeber integriert.

Die Autorin steht für Interviews und Fachbeiträge zu diesen Themen gerne zur Verfügung.

Das Buch, ausgezeichnet mit dem Schweizer Wirtschaftsbuchpreis – aktualisiert in 3. Auflage



Anne M. Schüller
Kundennähe in der Chefetage
Wie Sie Mitarbeiter kundenfokussiert führen

Orell Füssli, Zürich, 3. aktual. Auflage 2011, 26,50 Euro / 44.00 CHF
255 Seiten, ISBN: 978-3-280-05282-2

Weitere Infos: www.kundenfokussierte-unternehmensfuehrung.com

Über die Autorin



Anne M. Schüller ist Managementberaterin und gilt als Europas führende Expertin für Loyalitätsmarketing. Sie hat über zwanzig Jahre in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen verschiedener Dienstleistungsbranchen gearbeitet. Die Diplom-Betriebswirtin und Bestsellerautorin zählt zu den zehn besten Speakern Deutschlands (Conga Award 2010) und lehrt an mehreren Hochschulen. Sie steht für ein Marketing der neuen Generation. Zu ihrem

Kundenkreis gehört die Elite der Wirtschaft. www.anneschueller.de

Pressekontakt

Anne M. Schüller
Anne Schüller Marketing Consulting
Office: 0049 89 6423 208
Mobil: 0049 172 8319612
info@anneschueller.de
www.anneschueller.com