

Pressemeldung

Touchpoint Management: Ob Kunden kaufen, entscheidet sich an den Touchpoints eines Unternehmens

Das Social Web und der rasante Siegeslauf der internetfähigen Smartphones haben die Art und Weise, wie wir kaufen und miteinander Geschäfte machen, für immer verändert. Eine Fülle neuer 'Momente der Wahrheit' ist dabei entstanden. Momente der Wahrheit sind solche, in denen der Kunde erlebt, was die Versprechen eines Unternehmens taugen – um daraufhin seine Entscheidung zu treffen.

Die Frage ist nun: Wie können Unternehmen die 'Customer Journey', also die Reise eines Kunden durch das Unternehmen, zielführend begleiten? Wie können sie die wachsende Zahl der Offline- und Online-Touchpoints (Kundenkontaktpunkte) sinnvoll verknüpfen und nutzen, um damit Geld zu verdienen? Wie können sie Kunden und Mitarbeiter mit ihren Ideen und Meinungen aktiv involvieren, um Exzellenz zu erreichen? Und wie können sie ihre Kunden zu Fans, zu Promotoren und engagierten Empfählern machen, um dauerhafte Umsatzzuwächse zu generieren?

Das Touchpoint-Management ist das derzeit wohl am besten geeignete Instrument, um die Herausforderungen unserer neuen Business- und Arbeitswelt zu meistern. Anne M. Schüller, führende Expertin für Loyalitätsmarketing und ein kundenfokussiertes Management hat es in zwei Teilen entwickelt:

- das Customer-Touchpoint-Management, das Kundenbeziehungen in unseren Zeiten von 'social' und 'mobile' passend gestaltet, sowie
- das Mitarbeiter-Touchpoint-Management, das die Beziehungen zwischen Führungskraft und internen Kunden neu strukturiert.

Beide Teile gemeinsam machen die anwendenden Unternehmen strategisch wie auch operativ fit für unsere neue Businesswelt: komplexitätsreduzierend, mit einfachen Bordmitteln umsetzbar und ohne teure Hilfe von außen. Unternehmen die die Zukunft erreichen wollen, kommen an diesem Buch nicht vorbei. Praxisorientiert, flott und verständlich geschrieben enthält es zahlreiche Checklisten und einen reichen Fundus an Beispielen und Tipps.

Die Autorin steht für Interviews und Fachbeiträge zum Thema gerne zur Verfügung.

Bibliographie



Anne M. Schüller

Touchpoints

Auf Tuchfühlung mit dem Kunden von heute

Managementstrategien für unsere neue Businesswelt

Mit einem Vorwort von Prof. Dr. Gunter Dueck

Gabal, März 2012, 350 S., 29,90 Euro, 47.90 CHF

ISBN: 978-3-86936-330-1

Zur Autorin



Anne M. Schüller ist Diplom-Betriebswirtin, zehnfache Buch- und Bestsellerautorin und Management-Consultant. Sie gilt als Europas führende Expertin für Loyalitätsmarketing und zählt zu den gefragtesten Business-Speakern im deutschsprachigen Raum. Über 20 Jahre lang hatte sie leitende Vertriebs- und Marketingpositionen in internationalen Dienstleistungsunternehmen inne. Ihr Buch „Kundennähe in der Chefetage“ wurde mit dem Schweizer Wirtschaftsbuchpreis 2008 ausgezeichnet. Managementbuch.de zählt sie zu den wichtigen Managementdenkern. Zu ihrem Kundenkreis gehört die Elite der Wirtschaft. Weitere Informationen unter: www.anneschueller.com und www.touchpoint-management.de

Pressekontakt

Anne M. Schüller

Anne Schüller Marketing Consulting

Office: 0049 89 6423 208

Mobil: 0049 172 8319612

info@anneschueller.de

www.anneschueller.com