Profil

Anne M. Schüller von A - Z

Führende Expertin für Touchpoint Management, Empfehlungsmarketing, Kundenloyalität und eine kundenfokussierte Unternehmensführung

Anne M. Schüller
Speaker • Autor • Businesscoach

A

... wie anders. Denn Anne M. Schüller ist anders. Weil sie immer schon ungewöhnliche Wege ging - und auf diese Weise erfolgreich wurde. Die diplomierte Betriebswirtin mit langjähriger Erfahrung in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen hat Ende 2001 den Schritt in die Selbständigkeit getan. Heute ist sie als Businesscoach, Dozentin, Buchautorin und vor allem als Keynote-Speaker tätig. Sie gilt als führende Expertin für Touchpoint Management und Loyalitätsmarketing. Sie zählt zu den zehn besten Rednern im deutschsprachigen Raum (Conga Award 2010). Zahlreiche Auszeichnungen bestätigen sie in ihrer Vorgehensweise. 2015 wurde sie in die Hall of Fame der German Speakers Association aufgenommen. Ihr Buch „Das Touchpoint-Unternehmen“ wurde zum Managementbuch des Jahres 2014 gekürt. Darüber hinaus erhielt sie diverse weitere Buchpreise, verschiedene Marketingpreise sowie die höchste Mitarbeiter-Auszeichnung des Accor Konzerns, für den sie lange tätig war: den „Bernache d’Or“.

B

... wie Bücher. Und Begeisterung. Denn nur begeisterte Mitarbeiter können Kunden begeistern. Anne M. Schüller arbeitet begeistert, begeisternd – und branchenunabhängig. Einige ihrer aktuellen Bücher: „Das neue Empfehlungsmarketing“. Darin schreibt sie über die vielfältigen Facetten des modernen Mundpropaganda- und Empfehlungsmarketings. In ihrem Bestseller „Touchpoints“ beschreibt sie Kundenmanagement-Strategien für unsere neue Businesswelt. Es wurde zum Mittelstandsbuch des Jahres 2012 gekürt und ist Trainerbuch des Jahres 2012. „Das Touchpoint-Unternehmen“ ist Managementbuch des Jahres 2014. Es behandelt die neue Arbeitswelt. In ihrem jüngsten Buch „Touch.Point.Sieg.“ geht es um Kommunikation in Zeiten der digitalen Transformation. Es wurde zum Trainerbuch des Jahres 2016 gekürt.

C

... wie „Customer first“ – und Chancen nutzen. Das tat sie auch bei ihrer Tätigkeit im Exkursionsmanagement beim französischen Club Med, die ihr sechs Jahre Auslandserfahrung ermöglichte, zwei davon in Montreal, Canada. Dass sie fließend Englisch und Französisch sowie passabel Italienisch und Spanisch spricht sowie multikulturell arbeitet und global denkt, verdankt sie dieser Zeit. Ihr siebtes Buch heißt übrigens „Come back!“ und behandelt das wenig beleuchtete und in den meisten Unternehmen immer noch völlig vernachlässigte Thema des Kundenrückgewinnungsmanagements zwecks Aufbau einer „zweiten Loyalität“.

D

... wie Dreiecke. In ihrem Logo bedeuten sie folgendes: Das obere symbolisiert die Verknüpfung von Management, Mitarbeiter und Kunde im Sinne des Total Loyalty Marketing. Das untere steht für Anne M. Schüllers impulsgebende Unterstützung im Prozess des internen und externen Touchpoint Managements. Die Diplom-Betriebswirtin ist unter anderem auch eine langjährige Dozentin an der BAW (Bayerische Akademie für Werbung und Marketing) in München.

E

... wie exzellent. Sie hält exzellente, hochkarätige, inspirierende und praxisnahe Impuls-Vorträge auf Großkongressen und Firmenveranstaltungen zu den Themen Touchpoint Management, Kundenloyalität und kundenorientierte Mitarbeiterführung sowie über Emotionales Verkaufen und Empfehlungsmarketing. In ihrem Buch „Erfolgreich verhandeln - Erfolgreich verkaufen“ spielen die emotionalisierenden Aspekte des Verkaufens und der „eUSP“ eine Hauptrolle. Und in ihrem Buch „Das neue Empfehlungsmarketing“ propagiert sie das Marketing der Zukunft, in dem die Kunden zu kostenlosen Verkäufern und vertrauenswürdigen Referenzgebern werden. Um ihre Kunden und Businesspartner aktuell zu informieren, verschickt sie regelmäßig einen kostenlosen E-Mail-Beratungsletter.

F

... wie fünf und fünfzehn. Anne M. Schüller wurde im fünften Monat des Jahres 1952 geboren. Ihr Lebenslauf entwickelte sich facettenreich, denn im Laufe ihres Lebens war sie in fünfzehn Berufen beziehungsweise Tätigkeiten aktiv, unter anderem auch als Fotografin. Hier seien ebenfalls die 5 K des Total Loyalty Marketing genannt, ein strategisches Managementkonzept mit drei mal fünf Bausteinen für einen langfristigen Unternehmenserfolg.

G

... wie Gefühle. Denn die Menschen, sagt sie, kaufen niemals Produkte, sondern immer nur zweierlei: Problemlösungen und gute Gefühle. Mit Gerhard Fuchs gemeinsam hat sie „Total Loyalty Marketing“ entwickelt und das gleichnamige Buch - ihr erstes - geschrieben. G steht auch für den Gabler Verlag, in dem dieser Longseller 2002 veröffentlicht wurde und 2015 in 7. Auflage erschienen ist. Anne M. Schüller ist ferner Gewinnerin von acht Verkaufswettbewerben bei TNT Mailfast, wo sie von 1988 bis 1992 Jahre als Verkaufsleiterin tätig war.

H

... wie Hörbücher - und Hotels. Eine Reihe von fünf Hörbüchern mit jeweils 25 Erfolgsrezepten zu den wichtigsten Facetten eines modernen Kundenmanagements ist im Jahr 2010 erschienen. Als Marketing Direktorin der Accor Hotellerie Deutschland war Anne M. Schüller von 1993 bis 2001 für die 250 Hotels der Marken Sofitel, Novotel, Mercure, Ibis, Etap und Formule 1 verantwortlich. Während dieser Zeit verlieh ihr die HSMA (Hospitality Sales & Marketing Association Deutschland) in den Jahren 1995, 1997 und 2000 den begehrten Gesamt-Marketingpreis.

I

… wie innovativ. So versteht sie ihr berufliches Tun. Gleich nach ihrem BWL-Studium leitete sie von 1977 bis 1980 den Innendienst der Bayerischen Vereinsbank am idyllischen Münchner Marienplatz. Ihr wichtigstes Instrument ist der von ihr entwickelte vierstufige CTMP® Customer Touchpoint Management Prozess (Kundenbeziehungsmanagement) und der CTMP® Collaborator Touchpoint Management Prozess (Mitarbeiterbeziehungsmanagement). Das Konzept war Finalist beim GSA-Innovation Award 2014.

J

… wie Jahrgangsbeste. Das war Anne M. Schüller im Studiengang Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Marketing an der Fachhochschule Würzburg. Bereits in ihrer mit „sehr gut“ bewerteten Diplomarbeit hat sie Marketingmanagement und Mitarbeiterführung eng verknüpft.

K

... wie Kunde. Anne M. Schüllers Erfolgsrezept für Unternehmen lautet: Kundenfokussierung. Dabei steht „Mensch Kunde“ im Vordergrund. In ihren E-Books „Zukunftstrend Kundenloyalität“ und „Zukunftstrend Mitarbeiterloyalität“ (beide erschienen im Business Village Verlag) führt sie aus, weshalb vor der Kundenfokussierung immer die Mitarbeiterorientierung steht. Hierzu entwickelte sie auch einen neuen Führungsansatz: die kundenfokussierte Mitarbeiterführung.

L

... wie Loyalität. Dies ist eines der wichtigsten Stichworte der Expertin für Loyalitätsmarketing - führend im europäischen Raum. Denn nicht Konsumverzicht, sondern Loyalität ist die schärfste Waffe des Kunden. Nur wer Kopf *und* Herz seiner Kunden gewinnt, kann zu einer „Lovemark“ und damit zu einem Loyalitätsführer werden. Dies wird am ehesten, so propagiert sie, in „lachenden Unternehmen“ erreicht. Ihr Leitsatz lautet: Service, Sales und Marketing heißt: Menschen glücklich machen.

M

... wie Marketing. Und wie Management. Und wie München, wo sie seit über 30 Jahren lebt. Das Touchpoint Management ist ihre Mission. Mittelständische Unternehmen aller Branchen können ganz besonders davon profitieren. Das M in ihrem Namen steht übrigens für Maria. Manche nennen sie auch Anne Marketing Schüller. Und manche Unternehmen sind schon ganz „verschüllert“. Managementbuch.de zählt sie zu den wichtigen Managementdenkern hierzulande.

N

... wie neunundvierzig. Mit 49 wagte sie nach dem Ausstieg bei Accor den Schritt in die Selbständigkeit – und legte eine Blitzkarriere hin. Sie zählt zu den Shooting-Stars in der Champions League der Keynote-Speaker und steht für ein Management der neuen Generation.

O

... wie optimale Performance. Diese erreicht man am besten im Kern seiner Talente - und ferner durch einen gesunden Körper, einen neugierigen Geist, eine optimistische Einstellung, etwas Mut eine ordentliche Portion Humor sowie Authentizität, Leidenschaft und viel Freude am Tun.

P

... wie praxisorientiert. Ihre Konzepte und Instrumente wurden aus der Praxis für die Praxis entwickelt und funktionieren in allen Branchen. Bei niedergelassenen Ärzten zum Beispiel sollen sie zu mehr Patientenorientierung führen. In ihrem Buch „Die erfolgreiche Arztpraxis“, das sie gemeinsam mit Monika Dumont geschrieben hat (Springer Verlag, 5. Auflage 2016), gibt sie marketing-interessierten Ärzten das dazu notwendige Handwerkszeug.

Q

... wie Qualität. Und Quantität. Sie publiziert überdurchschnittlich: Seit 2002 sind zwölf Bücher erschienen, die alle zu Bestsellern und/oder Longsellern wurden. In verschiedenen Herausgeber-Büchern hat sie Gastbeiträge geschrieben. In hunderten von Presseberichten der Wirtschafts-, Fach- und Tagespresse, in Radiointerviews und mehreren TV-Talksendungen wurde über ihre Arbeit berichtet. Wenn es um das Thema Kunde geht, zählt sie zu den meistzitierten Experten.

R

... wie Rheydt in Nordrhein-Westfalen. Seit 1975 gehört Anne M. Schüllers Geburtsort zu Mönchengladbach. Erwähnenswert: ein Schloss aus dem 12. Jahrhundert sowie der berühmte Ingenieur und Unternehmer Hugo Junkers. Nicht zuletzt kennt man seine „Tante Ju“, mit der heute noch Rundflüge möglich sind.

S

... wie Selbständigkeit. 2001 gründete sie die Anne Schüller Marketing Consulting. Seitdem ist sie nicht nur in Deutschland, sondern auch international aktiv. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der deutschen, österreichischen und schweizerischen Wirtschaft, u. a. das SiemensForum, IBM, Vodafone, A1, Intersport, L’Oréal, der BITKOM, die Generali, die Allianz, die TUI, die Schweizer Post, die Swisscom, Douglas, Interspar, Expert, Wempe, Audi, BMW und die HypoVereinsbank.

T

... wie Touchpoint Management, ihr Schwerpunktthema. Im Touchpoint Management geht es um zwei Zielrichtungen: um das Meistern der Interaktionspunkte zwischen den Mitarbeitern und Führungskräften einer Organisation sowie um das Meistern der Kundenbeziehungen in unserer neuen Businesswelt. Zwei von ihr entwickelte Instrumente stehen hierfür bereit: der CTMP® Collaborator Touchpoint Management Prozess und der CTMP® Customer Touchpoint Management Prozess. Für beide Prozesse können Lizenzen erworben werden. Ihr Touchpoint-Institut bildet ferner zertifizierte interne und externe Touchpoint Manager aus, zwei Berufsbilder, die von ihr entwickelt wurden.

U

... wie eUSP. Ein emotionalisierender USP ist die zwingend notwendige Basis für eine „Lovemark“ und verkäuferischen Erfolg. Und: Jede Unternehmensstrategie ist nur so gut, wie die Mitarbeiter, die diese in den „Momenten der Wahrheit“ umsetzen. Kundenfokussierung beginnt demnach im Top-Management. Sie verlangt von den Führungskräften Kundennähe, das aktive Involvieren aller Mitarbeiter und eine kollaborativ vernetzte Unternehmenskultur. Denn der Kunde beurteilt ein Unternehmen immer als Ganzheit. Abteilungsgrenzen sind für ihn irrelevant.

V

... wie Verkaufen aus Leidenschaft. Dieser Passion ist Anne M. Schüller seit weit über 30 Jahren verbunden. Ihr erstes eigenes Geld verdiente sie sich als Schülerin im Kleinmöbel-Verkauf eines

Rheydter Möbelhauses. Das V steht heute für Vorträge vor hochkarätigem Publikum auf großen Bühnen, renommierten Veranstaltungen und ambitionierten Firmenevents.

W

... wie wirkungsvolle, weil praxisnahe Workshops und Seminare: für Führungskräfte und Mitarbeiter zu den Themen Touchpoint Management, kundenfokussierte Mitarbeiterführung, Loyalitätsmarketing, Empfehlungsmarketing und emotionalisierendes Verkaufen. In ihrer Funktion als Businesscoach favorisiert sie Großgruppen-Workshops, wobei sie die „Weisheit der Vielen“ nutzt. Durch das Involvieren einer hohen Mitarbeiterzahl und das Erarbeiten von „Quick-win-Konzepten“ verhilft sie Unternehmen zu einem höheren Motivationslevel, zu Umsatzzuwächsen, zu einer Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und damit zu dauerhaftem Erfolg. Mehr dazu auf ihren Webseiten, in ihrem Blog, auf Twitter und ihren Facebook-Präsenzen.

X

... wie x-mal gehört? Ganz und gar nicht, denn Anne M. Schüller geht das wirtschaftliche Geschehen aus einem neuen Blickwinkel an: immer aus Sicht des Kunden betrachtet, also „Outside-in-bottom-up“ statt „Top-down-inside-out“. Die „Mixed Reality“, also die sich zunehmend vernetzende Online-Offline-Welt lässt den Unternehmen im Übrigen gar keine andere Wahl.

Y

... wie Yin und Yang. Im optimierten Zusammenspiel des männlichen und weiblichen Prinzips, so sagt sie, finden Unternehmen den nötigen Schub an Kreativität, Vitalität und Konzentration, um die Zukunft zu erreichen. Denn nur, wenn beide Geschlechter gemeinsam ihr Bestes einpowern können, ist die Zukunft zu schaffen. Die Generation Y zeigt uns dabei den Weg.

Z

... wie Zukunft. In all ihren Büchern bringt sie es auf den Punkt: Kompetente, engagierte und loyale Mitarbeiter sowie begeisterte, treue Kunden – und nicht Produkte oder Angebote - sind die zukünftigen Haupterfolgsfaktoren eines Unternehmen. Und: Die systematische Gewinnung von aktiven Empfehlern ist die intelligenteste Renditezuwachs-Strategie – mit Zukunftsgarantie.

Kontakt

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

Weitere Webseiten

www.touchpoint-management.de
www.empfehlungsmarketing.cc

Social Media Seiten

http://blog.anneschueller.de
https://www.xing.com/profile/AnneM_Schueller
http://facebook.touchpoint-management.de
http://facebook.loyalitaetsmarketing.com
http://facebook.empfehlungsmarketing.cc
http://twitter.com/anneschueller
http://google.anneschueller.de
http://linkedin.anneschueller.de