



## Pressemitteilung

### Neu: Fan-Seite Loyalitätsmarketing auf Facebook

# Schutzprogramm für eine bedrohte Art: den loyalen Kunden

München, 22. 2. 2010. Wer treue Kunden will, muss Kundentreue belohnen. Bislang zieht sich allerdings die Vernachlässigung der Bestandskunden als „Zweite-Klasse-Kunden“ und die parallel verlaufende Vernachlässigung ihrer Betreuer als „Zweite-Klasse-Verkaufsmitarbeiter“ wie ein roter Faden durch die Managementdenke der letzten Jahrzehnte. Obwohl die Märkte rückläufig sind, steht das Kundenjagen höher im Kurs. „Oft genug zahlen Bestandskunden höhere Preise als Neukunden“, weiß Anne M. Schüller, Expertin für Loyalitätsmarketing. „Kunden lassen aber längst nicht mehr alles mit sich machen, die treudoofen Kunden sterben langsam aus“, so die Beraterin weiter. Schlimmer noch: Heute werden Unternehmen, die ihre Kunden schlecht behandeln, weltweit an den Online-Pranger gestellt. Und was dort einmal steht, ist nicht mehr zu löschen. Unternehmen behandelt ihre Kunden also besser gut, im Internet kommt alles raus.

Laut einer kürzlichen Accenture-Studie haben bereits 17 Prozent der Befragten in Internetforen oder Online-Netzwerken vor schlechter Betreuung gewarnt. Und einer weltweiten Nielsen Studie aus dem letzten Jahr zufolge vertrauen schon 70 Prozent den Konsumentenbewertungen im Web. Positive Äußerungen und glaubwürdige Empfehlungen lassen sich am leichtesten aus dem Pool begeisterter Stammkunden generieren. „Eine Fokussierung des gesamten Unternehmens auf die dauerhafte Loyalität seiner Kunden ist zunehmend die einzig verbleibende Möglichkeit für eine prosperierende Zukunft“, schreibt Schüller in ihrem aktuellen Buch „Kunden auf der Flucht? Wie Sie loyale Kunden gewinnen und halten“. Loyalität - und nicht der so gefürchtete Konsumverzicht - sei die schärfste Waffe des Kunden.

In Sachen Loyalitätsmarketing gibt es jetzt eine Fan-Seite auf Facebook, auf der regelmäßig über aktuelle Entwicklungen und Handlungsmöglichkeiten zum Thema informiert wird: <http://facebook.loyalitaetsmarketing.com>. Was Loyalitätsmarketing ist? Im Loyalitätsmarketing werden alle Überlegungen des Managements und alle Aktivitäten der Mitarbeiter systematisch auf „Mensch Kunde“ ausgerichtet, um ihn zum treuen Immer-Wieder-Käufer wie auch zum engagierten Multiplikatoren und aktiven Empfehler zu machen. Ziel ist die Loyalitätsführerschaft.

## Das Buch zum Thema



Anne M. Schüller

### **Kunden auf der Flucht?**

Wie Sie loyale Kunden gewinnen und halten

Orell Füssli 2010, 208 Seiten

26,90 Euro / 44.00 CHF

ISBN 978-3-280-05382-9

[www.loyalitaetsmarketing.com](http://www.loyalitaetsmarketing.com)

**Ausgezeichnet von Managementbuch.de als Testsieger in der Kategorie Kundenbindung**

Fan-Seite auf Facebook: <http://facebook.loyalitaetsmarketing.com>

## 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](mailto:info@anneschueller.de)

<http://twitter.com/anneschueller>

[www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de) oder [www.loyalitaetsmarketing.com](http://www.loyalitaetsmarketing.com)