



ANNE M. SCHÜLLER

Management-Consultant

Anne M. Schüller gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing im europäischen Raum.

Die neuen Vermarkter

Auch wenn ein Großteil des Weitererzählens immer noch offline passiert – digitale Mundpropaganda wird mehr und mehr marktbestimmend. Und sie wird mobil. Noch während wir im Restaurant beim Nachtsch sitzen, schicken wir unsere gaudenfrischen Geschmackseindrücke an ein passendes Bewertungsportal. Kaum dass wir unser Zimmer bezogen haben, posten wir schon erste Bilder an unsere Facebook-Wall, damit Freunde sie kommentieren können. Und dem, was wir der Welt erzählen, folgen andere mehr oder weniger blind. So vertrauen einer aktuellen Nielsen-Studie zufolge in Österreich 91 Prozent der Befragten auf Empfehlungen von Menschen aus ihrem Umfeld, 64 Prozent vertrauen dem, was Menschen im Web zu berichten wissen, aber nur 25 Prozent der Werbung von Anbietern im Markt. Für Deutschland und die Schweiz sind diese Zahlen übrigens annähernd gleich. Verstärkt spielen also die Beeinflussungen durch Dritte – und immer weniger die teuer bezahlten Selbstanpreisungen der Unternehmen – die entscheidende Rolle.

Dabei ist nicht die eigene Webseite, sondern zunehmend das Suchfeld von Google & Co. der Startpunkt für eine potenzielle Kundenbeziehung – und oftmals gleichzeitig das Ende. Einer Untersuchung des Otto-Versands zufolge haben 54 Prozent der Interviewten aufgrund von Online-Kommentaren oder Produktbewertungen ein Produkt, das für einen Kauf infrage kam, dann doch nicht gekauft. Schlechte Anbieter verlieren also heute bereits jeden zweiten potenziellen Kunden alleine durch das Internet.

Das Monitoring dessen, was im Web über einen geredet wird, ist unter diesen Umständen Pflicht. Das muss ein Unternehmer sich heute genauso selbstverständlich anschauen wie seine Umsatzzahlen – und zwar täglich!

Aktuelle Vorträge und neue Bücher finden Sie auf:

www.anneschueler.de

neu eröffnet

Bulgari Hotel London Knightsbridge

Pelzmantel, Sonnenbrille und Maserati bereithalten: Pünktlich zu den Olympischen Sommerspielen entsteht das weltweit dritte Bulgari Hotel derzeit im zentralen Londoner Stadtteil Knightsbridge. Nach Bali (seit 2006) und Mailand (seit 2004) ist das Boutiquehotel mit 85 Zimmern und Suiten das neue Prestige-Projekt des Lifestyle-Konzerns.

General Manager: Sylvain Ercoli

Zimmer: 85 Zimmer und Suiten

Restaurantkonzept: Auch das Restaurant und die Bar des Hotels werden sich in edlem Design präsentieren.

Special Facts: ein großer Ballsaal, ein Privatkino sowie ein Spa- und Fitnesszentrum mit einer Fläche von 2000 Quadratmetern und einem 25-Meter-Innenpool.

Karriereinfos unter:

www.bulgarihotels.com/london



Service des Monats



Bianca Ausserhofer

Der Lehrling vom Hotel Völserhof in Bad Hofgastein hat den Staatsmeistertitel „Restaurantfachmann/frau“ geholt. www.voelserhof.at

Wofür haben Sie absolut kein Verständnis?

Ganz einfach: für unfreundliche und egoistische Menschen.

Ihre Henkersmahlzeit:

Das sollte definitiv Running Sushi sein. Da kann man nämlich so viel und so lange essen, wie man will.

Ein Erlebnis, das Sie nie vergessen werden:

Die Lehrlingsstaatsmeisterschaften! Es war wirklich eine super Erfahrung und hat sehr viel Spaß gemacht. Wir waren allesamt ein tolles Team, das ich nie vergessen werde.

Was ist für Sie Luxus?

Luxus bedeutet für mich, Zeit mit meiner Familie und treuen Freunden zu verbringen, Urlaub und natürlich Schokolade.