Touchpoint Europa: Kunden europaweit finden und binden

Anne Schüller auf dem Fuldaer Wirtschaftstag

Die europaweit gefragte Expertin für Management, Kundenloyalität und Empfehlungsmarketing zeigt auf dem Fuldaer Wirtschaftstag Strategien für das Kundenmanagement auf.

Frau Schüller, „Touchpoint Europa: Kunden europaweit finden und binden" lautet Ihr Thema auf dem 21. Fuldaer Wirtschaftstag. Worum geht es?

Im Loyalitätsmarketing geht es grundsätzlich darum, seine Kunden auf systematische Weise zu durch und durch loyalen Immer-wieder-Käufern zu machen, die blind und taub sind für den Wettbewerb, und die als Botschafter und Fans ihre Lieblingsanbieter engagiert weiterempfehlen. Dies ist der effizienteste und gleichzeitig kostengünstigste Weg zu lukrativem Neugeschäft. Das Instrument, das dabei zum Einsatz kommt, ist das Customer Touchpoint Management. Je nach Land und Leuten muss es individuell eingesetzt werden.

Kann es Kundenloyalität in Zeiten des Informationsüberflusses überhaupt noch geben?

Loyalität ist heute ein rares Gut, die Verlockungen sind einfach so groß. Und der nächste Anbieter ist im Web selbst europaweit nur einen Mausklick entfernt. Dennoch ist Loyalität in uns eingebaut, denn Menschen sind Herdentiere. Entscheidend ist es, zu verstehen, dass insgesamt vier Loyalitäten zu entwickeln sind: die Loyalität zu Standort und Marke, die Loyalität zum Produktangebot, die Loyalität zu den Mitarbeitern und neu: die Loyalität zu den jeweiligen Netzwerken. Heute entscheidet das eigene Offline- und Online-Umfeld maßgeblich mit, was und wo die Kunden kaufen. Ein paar wenige Dislikes können bereits zu erheblichen Einbrüchen führen.

Was bedeutet das für den Mittelstand in der Region Fulda?

Grundsätzlich ist es für den Mittelstand sehr viel leichter als für Großunternehmen, Kundenloyalität aufzubauen. Ein Konzernmanager wird daran gemessen, ob er seine Quartalsziele erreicht. Und dafür wird er notfalls die unvernünftigsten Dinge tun.

Ein typischer Mittelständler hingegen denkt langfristig und ist deshalb an dauerhaften Beziehungen interessiert. Darüber hinaus trifft er seine Kunden in einem regionalen Umfeld auch sehr viel eher von Angesicht zu Angesicht. Das begünstigt auf beiden Seiten sehr den Aufbau von Loyalität. Etwaige Probleme lassen sich in den meisten Fällen auf dem kleinen Dienstweg regeln, so dass es erst gar nicht zu einem Online-Shitstorm kommt. Krumme Sachen können sich lokale Anbieter allerdings nicht leisten, denn dann ist sind sie in ihrer Region ein für alle Mal durch.

Welchen Nutzen können die Teilnehmer des Fuldaer Wirtschaftstages aus Ihrem Vortrag ziehen?

Sie erfahren, wie Kundenloyalität auch heute noch erreicht werden kann, wie Sie ihre Mitarbeiter zu Loyalitätsexperten machen, wie aus Kunden loyale Immer-Wieder-Käufer und aktive positive Empfehler werden: In meinem Vortrag erläutere ich praxisnah, unterhaltsam und anhand einer Fülle von Beispielen, wie das alles genau funktioniert, und zwar ohne dass es viel kostet.

Interview: Roswitha Birkemeyer, IHK Fulda

Anne M. Schüller

Anne M. Schüller zählt zu den führenden europäischen Experten für Management, Kundenloyalität und Empfehlungsmarketing. Bevor sie sich im Jahr 2001 selbstständig machte, führte sie 20 Jahre lang verschiedene nationale und internationale Dienstleistungsunternehmen in Vertrieb und Marketing. Die Autorin zahlreicher Managementbücher gilt als Wegbereiterin des Touchpoint Management im deutschsprachigen Raum und zählt laut „Managementbuch.de“ zu den wichtigen Managementdenkern.
Für ihr Buch „Kundennähe in der Chefetage“ erhielt sie im Jahr 2008 den Schweizer Wirtschaftsbuchpreis. „Touchpoints“ wurde zum Mittelstandsbuch des Jahres 2012 gekürt und mit dem Deutschen Trainerbuchpreis 2012 ausgezeichnet. Gerade ist ihr neuestes Buch „Das Touchpoint-Unternehmen“ erschienen. Schüller schreibt regelmäßig Kolumnen und Fachbeiträge in der Wirtschafts- und Fachpresse. Wenn es um das Thema Kunde geht, gehört sie zu den meistzitierten Experten.
Die Business-Consultin ist Gastdozentin an der Universität St. Gallen, der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing (BAW) und am Management Center Innsbruck (MCI). Zu ihren Kunden zählen unter anderem Audi, BMW und IBM.
www.anneschueller.de

21. Fuldaer Wirtschaftstag

Herausforderung Europa:
Das sollten Sie wissen!

Freitag, 12. September 2014

IHK Industrie- und Handelskammer Fulda

Wir in Europa:
Europa und wir
Prof. Dr. Guido Knopp
Journalist und Historiker, Mainz

Europa in der Krise?
Auf der Suche nach einer Strategie für die Zukunft
Prof. Dr. Werner Weidenfeld
Ludwig-Maximilians-Universität, München

Touchpoint Europa:
Kunden europaweit finden und binden
Anne M. Schüller
Anne M. Schüller Marketing Consulting, München

Die Selbstständigen und die Betreuten:
Herausforderungen des neuen Paternalismus
Prof. Dr. Norbert Bolz
Technische Universität, Berlin

Neues aus Brüssel:
Was Unternehmen wissen sollten
Udo van Kampen
ZDF Studio Brüssel

Arbeitswelt meistern

Das Touchpoint Unternehmen. Anne M. Schüller, Gabal Verlag, Offenbach, 1. Auflage März 2014, 368 Seiten, 29,90 Euro, ISBN 978-3-86936-550-3.

Businesscoach und Bestsellerautorin Anne M. Schüller stellt in ihrem neuen Buch umfassend, heiter und praxisorientiert die notwendigen Mittel, Wege und Instrumente vor, mit deren Hilfe sich die neue Arbeitswelt meistern lässt. Das Buch bietet eine Fülle von Antworten auf die drängendste aller Managerfragen: Wenn nicht so wie gestern, wie dann heute und morgen? Jeder interne Touchpoint - das sind die Interaktionspunkte zwischen Mitarbeitern und Führungskräften einer Organisation - gehört auf den Prüfstand.

In drei Teilen lernt der Leser die sieben Schlüsselaufgaben kennen, die jetzt zu bewältigen sind, Führungskonzepte für die Mitarbeiter sowie ein Schritt-für-Schritt-Instrument, um die Interaktionspunkte zwischen Mitarbeiter, Führungskraft und Organisation zu perfektionieren. Der Vier-Stufen-Plan des internen Touchpoint Managements zeigt Führungskräften konkret auf, wie sich ihre Führungsarbeit nach dem Enttäuschend-okay-begeisternd-Prinzip optimieren lässt.