



Pressemeldung

Touchpoint Management: „Das“ Tool für unsere neue Businesswelt

Das Social Web und der rasante Siegeslauf von Smartphones & Co. 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 wirklich taugen – um daraufhin seine Entscheidung zu treffen. Die entscheidende Frage dabei: Wie können Anbieter die wachsende Zahl der Offline- und Online-Touchpoints, also die realen und digitalen Berührungspunkte mit den Kunden, passend ausgestalten und sinnvoll verknüpfen, um hierüber 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 ambitionierten Fans und Empfehlern machen, um an profitables Neugeschäft und dauerhafte Umsatzzuwächse zu gelangen? Das neue Buch „Touchpoints“ von Anne M. Schüller, führende Expertin für Loyalitätsmarketing und ein kundenfokussiertes Management, hat dazu die passenden Antworten parat.

Die Bestsellerautorin hat es in drei Teile geteilt. Im ersten Teil wird näher beleuchtet, was veraltet und was neu ist in Management und Marketing, was bleiben kann, was weg muss und was hinzugenommen werden soll in diesen neuen Zeiten. Dabei wird unter anderem auch erläutert, wie Social Networks wirklich funktionieren und wie man sich eine neue Verkaufsmannschaft, bestehend aus emsigen Fans sowie engagierten Multiplikatoren und Empfehlern schafft.

Im zweiten und dritten Buchteil geht es um das Touchpoint Management. Es ist das derzeit wohl am besten geeignete Instrument, um die Herausforderungen unserer neuen Business- und Arbeitswelt zu meistern. Managementconsultant Schüller hat es im Rahmen eines jeweils vierstufigen Prozesses wie folgt 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 helfen kundenfokussierten Führungskräften und Mitarbeitern in Großunternehmen wie auch in KMUs, eine Brücke von der Theorie zur täglichen Praxis zu schlagen - mit einfachen Bordmitteln und ohne teure Hilfe von außen. Anbieter, die die Zukunft erreichen wollen, kommen an diesem Buch nicht vorbei. 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

Ausgezeichnet als Mittelstandsbuch des Jahres und mit dem Deutschen Trainerbuchpreis 2012

Zur Autorin



Anne M. Schüller ist Diplom-Betriebswirtin, zehnfache Buch- und Bestsellerautorin und Management-Consultant. Sie gilt als Europas führende Expertin für Loyaltätsmarketing 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

Rezensionsexemplar

Gabal Verlag
Ursula Rosengart
Schumannstraße 155
D-63069 Offenbach
Tel.: +49 (0) 69 / 83 00 66 - 0
Fax: +49 (0) 69 / 83 00 66 - 66
Email: info@gabal-verlag.de