



Pressemeldung

Hohe Kundenverluste schaffen Vertriebs- und Umsatzprobleme

Kundenrückgewinnung im Brennpunkt der Unternehmenssicherung

Wer bis vor kurzem noch auf der Kostenbremse stand, wer fähiges Personal wegrationalisierte oder dem Kunden die dürftige Leistung frustrierter Mitarbeiter bot, bekommt heute die Quittung: Die Kundschaft wandert in Scharen ab. Bei schlechten Erfahrungen mit dem Kundenservice wechseln 37 Prozent aller Geschäftskunden in Deutschland den Anbieter, häufig ohne jede Vorwarnung. Das fand eine europaweite Studie der Firma Easynet in Zusammenarbeit mit dem britischen Meinungsforschungsinstitut YouGov heraus. Und eine aktuelle Untersuchung von Research Now ergab, dass die Deutschen - nach den Schweden - am zweithäufigsten ‚churnen‘, also den Anbieter wechseln. Die Hauptgründe liegen ebenfalls im ‚soften‘ Bereich, wie etwa im mangelhaften Problemmanagement.

Eine weitere Ursache für Kundenverluste: Neukunden zu gewinnen hat in den nach wie vor marktanteilsfixierten Führungsetagen meist Vorrang. Mit der Folge, dass sich die Firmen nicht genügend um Stammkunden und Wackelkandidaten bemühen. „Kunden werden so lange umgarnt, bis sie anbeißen“, so Anne M. Schüller, Expertin für Loyaltätsmarketing in einem Interview mit dem Handelsblatt. „Danach werden sie oft vernachlässigt oder zwangsversorgt. Wer aber den Kunden nicht als Menschen wahrnimmt und ihn nicht wertschätzt, der verliert ihn“, so Schüller weiter. Hinzu kommt, dass das Thema Kundenrückgewinnung vielerorts negativ besetzt, ja geradezu tabuisiert ist. Da gilt es, Niederlagen einzustecken, Fehler zuzugeben und Wahrheiten anzuhören, die nicht immer ganz angenehm sind.

Der ‚3. Weg‘ zum Kundenwachstum, die systematische Kundenrückgewinnung, wird in den meisten Unternehmen sträflich vernachlässigt. Dabei bietet er beträchtliches Ertragspotenzial. Denn die Neukunden-Gewinnung ist in vielen Branchen völlig ausgereizt. Die Märkte sind gesättigt. Erstnutzer werden immer seltener. Das Wachsen geht nur noch zu Lasten des Wettbewerbs – und über den Preis. Auch die Bestandskundenpflege wird zunehmend beschwerlich. Kunden sind informierter, gewiefter und auch aggressiver geworden – und eigentlich nie so richtig zufrieden. Die Wechselbereitschaft ist sozial akzeptiert. Und sie steigt dramatisch.



Die Kundenrückgewinnung wird somit stärker in den Brennpunkt rücken. Sie kann sich zu einem zentralen Wettbewerbsvorteil entwickeln. Wie sich Kundenverluste vermeiden lassen und wie ein professionelles Kundenrückgewinnungsmanagement Schritt für Schritt aufgebaut werden kann, darum geht es in einem neuen Buch, das gerade im Schweizer Verlag Orell Füssli erschienen ist: *Come back! Wie Sie verlorene Kunden zurückgewinnen*.

Die Autorin Anne M. Schüller zeigt darin auf anschauliche Weise und bisweilen humorvoll serviert, wie kleine und große Unternehmen verlorene Kunden profitabel zurückgewinnen können. Von der Identifizierung der Abwanderer sowie der Analyse der Verlustursachen über die Planung und Umsetzung von Maßnahmen bis hin zur Erfolgskontrolle und Prävention schlüsselt sie die adäquaten Maßnahmen auf. Dabei geht sie auch auf verkaufpsychologische Aspekte ein und berücksichtigt die neuesten Erkenntnisse der Hirnforschung. Sowohl den Mitarbeitern mit direktem Kundenkontakt als auch dem Management stehen mit diesem ausgesprochen praxisnahen Buch vielfältige Anregungen sowie zahlreiche Beispiele und nützliche Checklisten zur Verfügung. Weitere Details: www.kundenrueckgewinnung.com

ca. 3480 Zeichen

Abdruck frei / Bitte um Belegexemplar an Kontakt / Bildmaterial auf Anfrage

Das Buch zum Thema



Anne M. Schüller

Come back! Wie Sie verlorene Kunden zurückgewinnen

Orell Füssli, Zürich 2007, 226 S., 26,50 Euro / 44.00 CHF
ISBN 978-3-280-05242-6

Weitere Infos: www.kundenrueckgewinnung.com



Die Autorin



Anne M. Schüller ist Management-Consultant und gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing. Über 20 Jahre hat sie in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen verschiedener Dienstleistungsbranchen gearbeitet und dabei mehrere Auszeichnungen erhalten. Die Diplom-Betriebswirtin und achtfache Buchautorin gehört zu den besten Wirtschafts-Speakern im deutschsprachigen Raum. Sie arbeitet als Referentin und Trainerin und lehrt an mehreren Hochschulen. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der Wirtschaft. Kontakt: www.anneschueller.de

Pressekontakt

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