



Anne M. Schüller von A - Z

Expertin für Loyalitätsmarketing



Anne M. Schüller
Marketing Consulting



Profil von Anne M. Schüller - führende
Expertin für Loyalitätsmarketing

A

... wie anders. Denn Anne M. Schüller ist anders. Weil sie ungewöhnliche Wege gegangen ist und andere ermutigt, dies ebenfalls zu tun – zum Beispiel anhand ihrer 7-A-Formel: ausgezeichnet, aufmerksamkeitsstark und angenehm anders als Aldi's und alle Anderen. Die diplomierte Betriebswirtin mit langjähriger Erfahrung in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen ist heute als Management Consultant, Dozentin, Buchautorin, Business-Trainerin und vor allem als Speaker tätig. Sie gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing und zählt zu den gefragtesten Wirtschaftsrednern im deutschsprachigen Raum. Zahlreiche Auszeichnungen bestätigten sie in ihrer Vorgehensweise. So erhielt sie für ihr Buch ‚Kundennähe in der Chefetage‘ den Wirtschaftsbuchpreis 2008, verliehen vom schweizerischen Wirtschaftstitel ‚Handelszeitung‘. Ferner erhielt sie verschiedene Marketingpreise sowie die begehrte Mitarbeiter-Auszeichnung des Accor Konzerns, für den sie lange tätig war: den Bernache d'Or (1998) – womit wir bei B sind.

B

... wie Begeisterung. Denn Zufriedenheit, so sagt sie, reicht nicht. Nur begeisterte, loyale Mitarbeiter können Kunden begeistern und damit loyalisieren. Anne M. Schüller arbeitet begeistert und begeisternd – und branchenunabhängig. Ihr neuestes und insgesamt achtes Buch ist im März 2008 beim renommierten Schweizer Verlag Orell Füssli erschienen. Es heißt ‚Kundennähe in der Chefetage‘ und behandelt die kundenfokussierte Unternehmens- und Mitarbeiterführung. Es wurde, wie gerade erwähnt, mit dem Wirtschaftsbuchpreis 2008 ausgezeichnet. Ihr neuntes Buch ‚Kunden auf der Flucht? Wie Sie loyale Kunden gewinnen und halten‘ erscheint im Januar 2010.

C

... wie Chancen nutzen. Ein wichtiges Credo von Anne M. Schüller. Ein Beispiel dafür ist ihre Tätigkeit im Exkursionsmanagement beim französischen Club Méditerranée, die ihr sechs Jahre Auslandserfahrung ermöglichte, zwei davon in Montreal, Canada. Dass sie fließend englisch und französisch sowie passabel italienisch und spanisch spricht und außerdem multikulturell arbeitet, verdankt sie dieser Zeit. Ihr siebtes Buch heißt übrigens ‚Come back!‘ und behandelt das bislang wenig beleuchtete und in vielen Unternehmen weitgehend vernachlässigte Thema des Kundenrückgewinnungsmanagements zwecks Aufbau einer ‚zweiten Loyalität‘ des Kunden.



Profil von Anne M. Schüller - führende
Expertin für Loyalitätsmarketing

D

... wie Dreiecke. In ihrem Logo bedeuten sie folgendes: Das obere symbolisiert die Verknüpfung von Management, Mitarbeiter und Kunde im Sinne des Total Loyalty Marketing. Das untere steht für Anne M. Schüller's coachende Unterstützung im Loyalitätsmanagement der Unternehmen. Die Diplom-Betriebswirtin ist neben anderen Lehrtätigkeiten auch Dozentin an der BAW (Bayerische Akademie für Werbung und Marketing) in München.

E

... wie exzellent. Anne M. Schüller gehört zu den ‚Excellent Speakers‘, einem Netzwerk für ausgewählte Sprecher von internationalem Niveau. Zu diesem Kreis gehört sie seit 2004 und hält hochkarätige und gleichzeitig humorvolle Impuls-Vorträge auf Großkongressen und Firmenveranstaltungen zu den Themen Loyalitätsmarketing, Kunden- und Mitarbeiterloyalität sowie über Emotionales Verkaufen und Empfehlungsmarketing. In ihrem Buch ‚Erfolgreich verhandeln - Erfolgreich verkaufen‘ (BusinessVillage) spielen die emotionalen Aspekte des Verkaufens eine Hauptrolle. Und in ihrem Buch ‚Zukunftstrend Empfehlungsmarketing‘ propagiert sie das Marketing der Zukunft, in der die Kunden zu kostenlosen Verkäufern und vertrauenswürdigen Referenzgebern werden. Um ihre Kunden und Business-Partner aktuell zu informieren, verschickt Anne M. Schüller monatlich einen kostenlosen eMail-Beratungsletter.

F

... wie fünf und fünfzehn. Anne M. Schüller wurde im fünften Monat des Jahres 1952 geboren. Ihr Lebenslauf entwickelte sich facettenreich, denn im Laufe ihres Lebens war sie in fünfzehn Berufen bzw. Tätigkeiten aktiv, unter anderem auch als Fotografin. Hier seien ebenfalls die 5K des Total Loyalty Marketing genannt, ein strategisches Managementkonzept mit drei mal fünf Bausteinen.

G

... wie Gefühle. Denn die Menschen, sagt sie, kaufen niemals Produkte, sondern immer nur zwei Dinge: Problemlösungen und gute Gefühle. Mit Gerhard Fuchs gemeinsam hat sie ‚Total Loyalty Marketing‘ entwickelt und das gleichnamige Buch - ihr erstes - geschrieben. G steht auch für den Gabler Verlag, in dem dieses Buch 2002 erschien (5. aktualisierte Auflage 2009). Anne M. Schüller ist Gewinnerin von acht Verkaufswettbewerben bei TNT Mailfast, wo sie von 1988 bis 1992 Jahre als Verkaufsleiterin tätig war.



Profil von Anne M. Schüller - führende
Expertin für Loyalitätsmarketing

H

... wie Hotels. Als Marketing Direktorin der Accor Hotellerie Deutschland von 1993 bis 2001 war Anne M. Schüller für die Marken Sofitel, Novotel, Mercure, Ibis, Etap und Formule 1 verantwortlich. H steht auch für die HSMA Hospitality Sales & Marketing Association Deutschland, die Anne M. Schüller in den Jahren 1995, 1997 und 2000 den begehrten Gesamt-Marketingpreis verlieh.

I

... wie innovativ. So hat sie jede ihrer beruflichen Tätigkeiten verstanden. Neben der Kundenberatung leitete Anne M. Schüller - nach ihrem BWL-Studium - von 1977 bis 1980 den Innendienst der Bayerischen Vereinsbank am idyllischen Münchner Marienplatz.

J

... wie Jahrgangsbeste. Das war Anne M. Schüller im Studiengang Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Marketing an der Fachhochschule Würzburg. Bereits in ihrer mit ‚sehr gut‘ bewerteten Diplomarbeit hat sie Marketing und Mitarbeiter eng miteinander verknüpft.

K

... wie Kunde. Anne M. Schüller's Erfolgsrezept für Unternehmen lautet: Kundenfokussierung. Dabei steht ‚Mensch Kunde‘ im Vordergrund. In ihren Büchern ‚Zukunftstrend Kundenloyalität‘ und ‚Zukunftstrend Mitarbeiterloyalität‘ (beide erschienen im BusinessVillage Verlag) führt sie aus, weshalb vor der Kundenorientierung immer die Mitarbeiterorientierung steht. Hierzu entwickelte sie auch einen neuen Führungsansatz: die kundenfokussierte Mitarbeiterführung.

L

... wie Loyalität. Es ist das wichtigste Stichwort der Expertin für Loyalitätsmarketing. Denn nicht Konsumverzicht, sondern Loyalität ist die schärfste Waffe des Kunden. Nur wer Kopf *und* Herz seiner Kunden gewinnt, kann Menschen begeistern und damit loyalisieren. Dies wird am ehesten, so propagiert sie, in ‚lachenden Unternehmen‘ erreicht. Und: Loyale Kunden sind für ein Unternehmen doppelt interessant, nämlich als Immer-wieder-Käufer und als aktive, positive Empfehler. Solche Kunden machen Unternehmen zu Loyalitätsführern und damit langfristig



Profil von Anne M. Schüller - führende
Expertin für Loyalitätsmarketing

erfolgreich. Hierzu entwickelte sie auch eine neue Bewertungsmethode: den ‚Loyalty Value‘ eines Kunden. Ihr Leitsatz lautet: Service, Sales und Marketing heißt: Menschen glücklich machen.

M

... wie marketingorientiertes Management. Und wie München, wo Anne M. Schüller seit über 20 Jahren lebt. Total Loyalty Marketing ist ihre Mission. Mittelständische Unternehmen aller Branchen können ganz besonders davon profitieren. Das M in ihrem Namen steht übrigens für Maria. Manche nennen sie auch Anne Marketing Schüller. Und Marketing, so lautet ihre Definition, heißt Menschen (= Mitarbeiter und Kunden) glücklich machen. Hierüber spricht sie auch als Lehrbeauftragte für Strategisches Marketing im MBA Studiengang Gesundheitswesen an der Fachhochschule Deggendorf sowie am Management Center Innsbruck (MCI). Managementbuch.de zählt sie übrigens zu den wichtigen Managementvordenkern hierzulande.

N

... wie neunundvierzig. Mit 49 wagte sie nach dem Ausstieg bei Accor den Schritt in die Selbständigkeit – und legte eine Blitzkarriere hin. Sie zählt zu den Shooting-Stars in der Champions League der Trainer und Speaker und steht für ein Marketing der neuen Generation.

O

... wie optimale Performance. Diese erreicht man laut Anne M. Schüller im Kern seiner Talente - und ferner durch einen gesunden Körper, einen frischen Geist, eine positive Einstellung, eine gute Portion Humor und viel Freude am Tun.

P

... wie praxisorientiert. Ihre auf Loyalität fokussierenden Konzepte wurden aus der Praxis für die Praxis entwickelt und funktionieren in allen Branchen. Bei niedergelassenen Ärzten zum Beispiel sollen sie zu mehr Patientenorientierung führen. In ihrem Buch ‚Die erfolgreiche Arztpraxis‘, das sie gemeinsam mit Monika Dumont geschrieben hat (Springer Verlag, 3. Auflage 2009), gibt sie marketing-interessierten Ärzten das dazu notwendige Handwerkszeug.

Q

... wie Qualität und Quantität. Sie publiziert überdurchschnittlich: Seit 2002 sind acht Bücher erschienen, die alle zu Bestsellern und/oder Longsellern wurden. In mehreren Herausgeber-



Profil von Anne M. Schüller - führende
Expertin für Loyalitätsmarketing

Büchern hat sie Gastbeiträge geschrieben. Sie und ihre Philosophie waren Thema in hunderten von Presseberichten der Wirtschafts-, Fach- und Tagespresse, in Radiointerviews sowie in mehreren TV-Talksendungen.

R

... wie Rheydt in Nordrhein-Westfalen. Seit 1975 gehört Anne M. Schüller's Geburtsort zu Mönchengladbach. Erwähnenswert: ein Schloss aus dem 12. Jahrhundert sowie der berühmte Ingenieur und Unternehmer Hugo Junkers. Er zeigte mit zahlreichen Patenten (im Bereich Gasgeräte, Flugzeuge, Motoren) viel Kreativität. Nicht zuletzt kennt man seine ‚Tante Ju‘, mit der heute noch Rundflüge möglich sind.

S

... wie Selbständigkeit. 2001 gründete sie die Anne Schüller Marketing Consulting. Seitdem ist sie nicht nur in Deutschland, sondern auch international aktiv. Zu ihrem Kundenkreis gehört die Elite der deutschen, österreichischen und schweizerischen Wirtschaft, u. a. das SiemensForum, IBM, Vodafone, A1, Intersport, L'Oréal, der BITKOM, die Generali, die Allianz, die TUI, die Schweizer Post, die Swisscom, Maximarkt, Interspar, Wempe, BMW, die HypoVereinsbank und die UBS.

T

... wie Total Loyalty Marketing. Das ist Anne M. Schüller's Kernthema. Dieses ganzheitliche und kundenorientierte Managementkonzept verknüpft erstmals die drei unternehmensstrategischen Erfolgsfaktoren Marketing – Mitarbeiter – Kunden zu einer Win-Win-Win-Strategie. Ziel ist die Loyalitätsführerschaft. Loyalitätsführerschaft heißt, mit nachhaltigem Erfolg ein Maximum an rentablen loyalen Kunden und aktiven positiven Empfehlern zu gewinnen.

U

... wie Unternehmen. Ihr Credo: Jede Unternehmens- und Marketingstrategie ist nur so gut, wie die Mitarbeiter, die diese umsetzen. Total Loyalty Marketing beginnt demnach bei der Unternehmensspitze. Sie verlangt von den Führungskräften Kundennähe und das Involvierem aller Mitarbeiter. Denn der Kunde beurteilt ein Unternehmen immer ganzheitlich. Darüber spricht sie auch als Dozentin in Seminar-Veranstaltungen für die Universität St. Gallen.

V



Profil von Anne M. Schüller - führende
Expertin für Loyalitätsmarketing

... wie Verkaufen aus Leidenschaft. Dieser Passion ist Anne M. Schüller seit weit über 30 Jahren verbunden. Ihr erstes eigenes Geld verdiente sie sich bereits als Schülerin im Kleinmöbel-Verkauf eines Rheydter Möbelhauses. V steht heute für Vorträge vor hochkarätigem Publikum auf renommierten Veranstaltungen und Firmenevents sowie für praxisnahe Tipps zum Thema erfolgreiches Verhandeln und Verkaufen.

W

... wie wirkungsvolle, weil praxisnahe Workshops und Seminare. Und das für Führungskräfte und Mitarbeiter zu den Themen Loyalitätsmarketing, kundenfokussierte Mitarbeiterführung, Kundenrückgewinnung, Empfehlungsmarketing und Emotionales Verkaufen. Hierdurch verhilft sie Unternehmen zu einer höheren Mitarbeitermotivation, zu Umsatzzuwächsen, zu einer Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und damit zu dauerhaftem Erfolg. Mehr dazu auf ihren Webseiten: www.anneschueller.de, www.kundenfokussierte-unternehmensfuehrung.com, www.kundenrueckgewinnung.com und www.empfehlungsmarketing.cc

X

... wie x-mal gehört? Ganz und gar nicht, denn Anne M. Schüller geht dem wirtschaftlichen Geschehen mit einem neuen Blickwinkel auf den Grund: Immer aus Sicht des Kunden betrachtet. Kundenloyalität, so sagt sie, ist ein äußerst knappes Gut - und die größte unternehmerische Herausforderung der Zukunft. Wer die Loyalitätsführerschaft anpeilt, also die loyalsten Kunden und aktivsten Empfehler hat, der hat die Nase vorn - und macht das Rennen.

Y

... wie Ying und Yang. Im optimierten Zusammenspiel des männlichen und weiblichen Prinzips, so sagt sie, finden Unternehmen den nötigen Schub an Kreativität, Vitalität, Konzentration und Ausgeglichenheit für die Herausforderungen von Morgen.

Z

... wie Zukunft. In all ihren Büchern bringt sie es auf den Punkt: Kompetente, engagierte und loyale Mitarbeiter sowie begeisterte, treue Kunden – und nicht Produkte oder Angebote - sind die zukünftigen Haupterfolgskriterien eines Unternehmens. Und: Die systematische Gewinnung von aktiven Empfehlern ist die intelligenteste Renditezuwachs-Strategie – mit Zukunftsgarantie.



Profil von Anne M. Schüller - führende
Expertin für Loyalitätsmarketing

Kontakt

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