

Kunden auf der Flucht

12.10.2007, 13:15 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Anne Schüller Marketing Consulting*

Die Kundentreue sinkt auf breiter Front – Unternehmen müssen sich auf zunehmende Wechselbereitschaft ihrer Kunden einstellen. Dies ist ein zentrales Ergebnis des Kundenmonitors Deutschland 2007. Nachlassende Kundenloyalität trifft insbesondere den Einzelhandel, aber auch Stromversorger, Reisebüros, Bausparkassen und Banken. So würden nur noch 51 Prozent (im Vorjahr 57 Prozent) der Befragten ihre Bank bestimmt wieder wählen. Bei Mobilfunkkunden beträgt diese Rate 41 Prozent, bei Internetanbietern 37 Prozent und bei Fondsgesellschaften nur 25 Prozent.

„Das ist nicht weiter verwunderlich“, so Anne M. Schüller, Expertin für Loyalitätsmarketing, und weiter: „Die größten Loyalitätskiller heißen: Austauschbarkeit, Preis-Aktionismus, emotionale Kälte und ständig wechselnde Ansprechpartner. Und alle genannten Branchen haben bei mindestens einem dieser Punkte Defizite. Loyalität ist freiwillige Treue. Am ehesten bekommt sie der geschenkt, der seine Kunden fasziniert, integriert, involviert und zu aktiven Mitgestaltern seines Marketing macht. Das nenne ich Kundenloyalität 2.0.“

Jedes Einbinden der Kunden schafft Verbundenheit. Marktforscher kennen diesen Effekt seit langem: Wenn man Menschen zeigt, dass man sich für ihre Meinung interessiert, verändert sich deren Haltung zum Unternehmen und seinen Angeboten und Services positiv. Das partnerschaftliche Einbinden der Kunden ist in jedem Fall erfolgversprechender als der mühsame Aufbau von Wechselbarrieren. Wechselbarrieren richten sich gegen den Kunden, sie sind aggressiv und damit letztlich kontraproduktiv.

Abgewanderte Kunden sind nicht für immer verloren. Eine Ende 2006 vom Marktforschungsinstitut Ciao GmbH online durchgeführte Studie zum Kundenservice in Deutschland ergab, dass nur 12 Prozent der Befragten unter keinen Umständen zu ihrem ehemaligen Anbieter zurückkehren wollten. Neun von zehn Kunden sind also rückkehrbereit. In ihrem neuen Buch ‚Come back!‘, erschienen bei Orell Füssli, erläutert Unternehmensberaterin Schüller, wie sich abgängige Kunden zurückgewinnen lassen und vor allem, wie Unternehmen präventiv tätig werden können, um in Zukunft erst gar keine Kunden zu verlieren.

Zum Buch: In ‚Come back!‘ zeigt Anne M. Schüller, Expertin für Loyalitätsmarketing, wie kleine und große Unternehmen verlorene profitable Kunden zurückgewinnen können. Systematisch legt sie dar, wie aus der Vielzahl von Vorgehensweisen, Techniken und Tools ein auf das Unternehmen zugeschnittenes Kundenrückgewinnungsmanagement gestaltet wird. Dabei geht sie auch auf verkaufpsychologische Aspekte ein und berücksichtigt die neuesten Erkenntnisse der Hirnforschung. Schritt für Schritt, von der Identifizierung der verlorenen Kunden über die Analyse der Verlustursachen sowie die Planung und Umsetzung von Maßnahmen bis hin zur Erfolgskontrolle und Prävention, schlüsselt sie das adäquate Vorgehen auf. Sowohl die Mitarbeiter mit direktem Kundenkontakt als auch das Management, das Kundenfokussierung vorleben sollte, bezieht sie mit ein. Für die meisten Firmen ist das gezielte Reaktivieren ihrer abgewanderten Kunden unentdecktes Neuland. Ihnen steht mit diesem Buch eine Fülle von Tipps, praktischen Beispielen und nützlichen Checklisten zur Verfügung. Weitere Details: www.kundenrueckgewinnung.com.

Bibliografie

Anne M. Schüller: Come back! Wie Sie verlorene Kunden zurückgewinnen
Orell Füssli Verlag, Zürich 2007, 223 Seiten, ISBN 978-3-280-05242-6, € 26,50.

Portrait

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 siebenfache Buchautorin lehrt an mehreren Hochschulen. Sie gehört zu den besten Wirtschafts-Speakern im deutschsprachigen Raum.

News-ID: 163931 • Views: 1623 (Stand: 30.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/163931/Kunden-auf-der-Flucht.html>