

Touchpoints

Auf Tuchfühlung mit dem Kunden von heute. Managementstrategien für unsere neue Businesswelt

Das Social Web hat die Art und Weise, wie wir kaufen und Business 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 taugen – um daraufhin seine Entscheidung zu treffen. Wie können Unternehmen die „Customer Journey“, also die Reise eines Kunden durch das Unternehmen, zielführend begleiten? Wie können sie die wachsende Zahl der Offline- und Online-Touchpoints (Kundenkontaktpunkte) verknüpfen und nutzen, um damit 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 Fans, Promotoren und aktiven Empfehlern machen, um dauerhafte Umsatzzuwächse zu generieren?

Touchpoint-Management ist das derzeit wohl am besten geeignete Instrument, um die Herausforderungen unserer neuen Business- und Arbeitswelt zu meistern. Anne M. Schüller hat es in zwei Teilen entwickelt: das Mitarbeiter-Touchpoint-Management, das die Beziehungen zwischen Führungskraft und internen Kunden neu strukturiert, sowie das Customer-Touchpoint-Management, das Kundenbeziehungen in unseren Zeiten von „social“ und „mobile“ passend gestaltet.

Beide Teile gemeinsam machen die anwendenden Unternehmen strategisch wie auch operativ fit für die Zukunft: komplexitätsreduzierend, mit einfachen Bordmitteln umsetzbar und ohne teure Hilfe von außen. Ein Tool, das es auch erlaubt, mit punktuellen Maßnahmen sofort zu beginnen.

Das Social Web hat die Art und Weise, wie wir kaufen und Business 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 taugen – um daraufhin seine Entscheidung zu treffen. Wie können Unternehmen die „Customer Journey“, also die Reise eines Kunden durch das Unternehmen, zielführend begleiten? Wie können sie die wachsende Zahl der Offline- und Online-Touchpoints (Kundenkontaktpunkte) verknüpfen und nutzen, um damit 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 Fans, Promotoren und aktiven Empfehlern machen, um dauerhafte Umsatzzuwächse zu generieren? Touchpoint-Management ist das derzeit wohl am besten geeignete Instrument, um die Herausforderungen unserer neuen Business- und Arbeitswelt zu meistern. Anne M. Schüller hat es in zwei Teilen entwickelt: das Mitarbeiter-Touchpoint-Management, das die Beziehungen zwischen Führungskraft und internen Kunden neu strukturiert, sowie das Customer-Touchpoint-Management, das Kundenbeziehungen in unseren Zeiten von „social“ und „mobile“ passend gestaltet. Beide Teile gemeinsam machen die anwendenden Unternehmen strategisch wie auch operativ fit für die Zukunft: komplexitätsreduzierend, mit einfachen Bordmitteln umsetzbar und ohne teure Hilfe von außen. Ein Tool, das es auch erlaubt, mit punktuellen Maßnahmen sofort zu beginnen.



22,00 €

20,56 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783869369990

Medium: Buch

ISBN: 978-3-86936-999-0

Verlag: GABAL

Erscheinungstermin: 15.10.2020

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage, neue Ausgabe 2020

Serie: Dein Business

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 650 g

Seiten: 352

Format (B x H): 148 x 225 mm

