

Anne M. Schüller/Gerhard Fuchs: Total Loyalty Marketing

Eine alte Regel besagt, dass der Markterfolg im Unternehmen beginnt. Viele Marketingbücher kaprizieren sich auf die beiden Enden der Marketing-„Wertschöpfungskette“, entweder den Kunden oder das Marketing selbst. Das Buch von Anne M. Schüller und Gerhard Fuchs geht einen Schritt weiter, indem es den Mitarbeiter einbezieht – den Umsetzungsverantwortlichen des Marketingkonzeptes. Marketing heißt für die Autoren, Menschen glücklich zu machen. Die Kunden-glücklich-Macher sind die loyalen Mitarbeiter. Und unglücklichen Mitarbeitern wird es wohl kaum gelingen, Kunden glücklich zu machen. So wie das Management seine Mitarbeiter behandelt, so behandelt der Mitarbeiter den Kunden. Dieses Buch vernetzt als ganzheitlicher Ansatz systematisch die drei Loyalitätsachsen Marketing – Mitarbeiter – Kunde. Total Loyalty Marketing vereint Mitarbeiter und Management zu einem unschlagbaren Team mit hoher Loyalisierungs-kompetenz: Loyalität wird damit zu einer Managementstrategie und zu einem Teil der Unternehmenskultur. Es zielt auf den Loyalitätswert eines Kunden, der seinen Lifetime-Value weit übersteigt. Wie das geschehen kann, veranschaulichen die Autoren anhand von spannendem Anschauungsmaterial aus den unterschiedlichsten Branchen. How-to-do-Checklisten unterstützen bei der Umsetzung in den eigenen Alltag.

Gabler Verlag Wiesbaden 2002, 261 S., Euro 34,90, ISBN 3-409-12201-X

