

Pressemeldung

Das neue Empfehlungsmarketing

Wenn wie jetzt das Vertrauen in die Anbieter sinkt, dann sind Weiterempfehlungen besonders wichtig. Gerade in turbulenten Zeiten leihen wir unser Ohr vor allem denen, die uns nahe stehen, die glaub- und vertrauenswürdig sind und ihre praktischen Erfahrungen wohlwollend mit uns teilen: verlässlichen Empfehlern. Empfehlungsmarketing schlägt klassisches Marketing. Aktive Empfehler sind die wahren Treiber einer positiven Unternehmensentwicklung. Doch *nicht* worauf die Unternehmen so stolz sind, sondern einzig und allein, was die Kunden über deren Produkte und Angebote, Services und Marken, kurz über deren Performance sagen, was auf der Straße hinter vorgehaltener Hand geredet, im Internet der ganzen Welt erzählt und in den Medien an die große Glocke gehängt wird, entscheidet über das Wohl und Wehe am Markt. Besser also, die Unternehmen hören gut hin - und ermutigen ihre Kunden, sie in den höchsten Tönen zu loben.

Dabei geht es im neuen Empfehlungsmarketing um einen systematischen Aufbau des Empfehlungsgeschäfts. Und diese Aufgabe ist äußerst facettenreich. Denn pfiffige, bislang noch wenig beanspruchte Werbeformen und insbesondere das Internet eröffnen innovative Wege in Sachen Mundpropaganda. Wer aktives Empfehlungsmarketing betreibt, wartet nicht länger in aller Bescheidenheit darauf, entdeckt zu werden, er treibt den Empfehlungsprozess vielmehr aktiv voran – online wie offline. Mit einem einfachen Kennzahlensystem kann dieser Prozess gesteuert und gestaltet werden. Mehr noch als die Weiterempfehlungsbereitschaft steht dabei die Empfehlungsrate im Vordergrund. Sie zählt zu den wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennzahlen. Denn sie entscheidet über die Zukunft eines Unternehmens. Wer nicht länger empfehlenswert ist, ist auch bald nicht mehr kaufenswert.

Anne M. Schüller zeigt in der dritten aktualisierten und erweiterten Auflage ihres Buchs ‚Zukunftstrend Empfehlungsmarketing‘, wie facettenreich das moderne Empfehlungsmarketing heute ist, welche Gewinnpotenziale darin stecken und wie Anbieter ihr Empfehlungsgeschäft Schritt für Schritt entwickeln können. Kompakt und locker zu lesen bietet dieses Buch Existenzgründern sowie kleinen, mittelständischen und großen Unternehmen aller Branchen wertvolle Tipps, nützliche Checklisten, viele Beispiele und eine Fülle von Anregungen mit hohem praktischem Nutzen. Der Leser erfährt, wie der Managementprozess des Empfehlungsmarketing funktioniert, wie sich mit passenden Aktionsprogrammen Mundpropaganda und Empfehlungsgeschäft schnell und systematisch ankurbeln lassen, wie Referenzen sowie



Netzwerke aktiviert und genutzt werden können und wie die neuen Formen des Empfehlungsmarketing 2.0 funktionieren. Eines ist sicher: Die strategische Ausrichtung auf aktive positive Empfehler ist das preisgünstigste und gleichzeitig erfolgversprechendste Umsatz-Zuwachsprogramm aller Zeiten. Weitere Infos: www.empfehlungsmarketing.cc

ca. 2930 Zeichen, Abdruck frei / Bitte um Belegexemplar an Kontakt / **Bildmaterial auf Anfrage**

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 Business-Speakern im deutschsprachigen Raum. Sie arbeitet als Referentin und Trainerin und lehrt an mehreren Hochschulen. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der Wirtschaft.

Kontakt zur Autorin

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

Bibliographie



Anne M. Schüller
Zukunftstrend Empfehlungsmarketing
Der beste Umsatzbeschleuniger aller Zeiten
BusinessVillage, 3. Aufl. 2009, 135 Seiten
ISBN 978-3-938358-63-4, 21,80 Euro / 39.50 CHF

www.empfehlungsmarketing.cc