

Anne M. Schüller **Kunden auf der Flucht?**

**Wie Sie loyale Kunden gewinnen
und halten**

orell füssli Verlag AG

Inhalt

Intro	7
Loyale Kunden: ein kostbarer Schatz	8
Der flüchtende Kunde	20
Customer first?	22
Jagen oder hegen & pflegen?	24
Treue belohnen!	31
Unternehmen loyalitätsfokussiert führen	33
Die Loyalitätsführerschaft als Ziel	39
Teil 1 Kundenloyalität auf dem Prüfstand	41
Was im Hirn passiert, wenn Loyalität entsteht	43
Wie interne und externe Loyalität korrelieren	52
Was positive Mitarbeiterloyalität bewirkt	52
Was negative Mitarbeiterloyalität, also Illoyalität bewirkt	54
Kundenbindung versus Kundenloyalität	58
Loyalitätskiller: Was Kunden vertreibt	67
Loyalitätsmacher: Was dauerhafte Kundentreue bewirkt	79
Nicht eine – sondern drei Loyalitäten entwickeln.	90
Wie Online-Loyalität zu erreichen ist.	100
Die erste und die zweite Loyalität	110
Der loyale Kunde als aktiver Empfehler	113
Das neue Empfehlungsmarketing.	115
Wie die Empfehlungsrate gemessen wird	118

Teil 2	Loyalitätsführerschaft als Unternehmensstrategie	121
	Die Vorteile einer langfristigen Ausrichtung auf Kundentreue	123
	Loyalitätsbasiert: eine neue Zielgruppen-Typologie . .	126
	Kennzahlen im Loyalitätsmanagement	138
	Kundenbefragungen im Loyalitätsmanagement	142
Teil 3	Die Praxis: Toolbox für mehr Kundentreue	159
	Die loyalisierende Vertriebskultur	160
	Das Customer Touchpoint Management	173
Teil 4	Tipps zur praktischen Umsetzung	199
	Literaturhinweise	203
	Die Autorin	207