

(Download free ebook) Kundenbindung im E-Business: Loyale Kunden nachhaltiger Erfolg

Kundenbindung im E-Business: Loyale Kunden nachhaltiger Erfolg

Von Markus Stolpmann

ePub | *DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #744204 in BcherVerffentlicht am: 2000-05-28Einband: Gebundene Ausgabe288 Seiten | File size: 44.Mb

Von Markus Stolpmann : Kundenbindung im E-Business: Loyale Kunden nachhaltiger Erfolg before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Kundenbindung im E-Business: Loyale Kunden nachhaltiger Erfolg:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Netmarketing auch fr Non-MarketerVon Sylvia NickelMarkus Stolpmann hebt sich mit "Kundenbindung" wohltuend aus dem Waterloo der Internetlektre ab: Auf eine Anlehnung an die klassische Einteilung der Marketinginstrumente verzichtend und auch ohne groartige Anglizismen werden Kundenbindungsphilosophie und -strategien praxisnah

errtert. Wohltuend ist der Leseflu, der das Lesen dieses Fachbuchs auch "zur Entspannung" ermöglicht. Ein Buchtipps nicht nur für eMarketer, sondern auch für Marketingeinsteiger der Old Economy. 0 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Kundenbindung ist effizienter als Neukundengewinnung Von LTX Stolpmann kommt rasch zum Punkt: Es wird nicht leichter, Kunden zu halten, die Tendenz zum Smart Shopper, der eine starke Wechselbereitschaft zeigt, wenn Schnppchen winken, geht zügig voran. Da die Neukundengewinnung rund 10 x teurer ist als die Reaktivierung bestehender Kunden wird klar, welche Bedeutung Kundenbindungsprogramme haben. Wenn zB die Kundenbindungsrate bei 80 % pro Jahr liegt (in umkämpften Märkten), verfliegt die Firma nach 5 Jahren nur noch bei ein Drittel ihrer Kunden. Stolpmann beleuchtet die Aspekte der Kundenbindung, die Aufschlüsse für ein sinnvolles Kundenbindungsprogramm geben. Einige Kundenbindungstools werden erläutert, kurzum, der Leser erhält nützliche Tipps, die Kundenbindungsrate zu erhöhen. 1 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Nicht leicht - die Kundenbindung Von Ein Kunde Dies ist Gott sei Dank kein Buch im Wunderheiler-Jargon, das mit einfachen Rezepten einen schnellen Gesundheitserfolg für die an e-cancer erkrankten Unternehmen verspricht. Der Autor predigt stattdessen mit Engelszungen, da ein nachhaltiges e-business-Geschäftsmodell nicht in einer Woche zu realisieren ist. Kundenbindung ist vielmehr ein langfristiger Prozess, der für jedes Unternehmen individuell ausgestaltet werden muss. Welche Maßnahmen es gibt, um den Spontankäufer zum Kunden für's Leben zu machen, erläutert Stolpmann in seinem Buch sehr facettenreich. Gut hat mir dabei der von ihm angeschlagene kritische Unterton gefallen. Er nennt Probleme bei der Umsetzung beim Namen und zeigt Stolperfallen auf. `Kundenbindung im E-Business` wird jedem Entscheidungsverantwortlichen klar vor Augen geführt, da ohne einen grundlegenden Wandel in der gesamten Unternehmensstruktur das Rennen um den loyalen Stammkunden verloren gehen wird. Und es wappnet jeden gegen Mchtegern-Berater und hippe Multimedia-Agenturen, die einen mit ihren 08/15-Lösungen nur das Geld aus der Tasche ziehen wollen.

.de Aus der Sicht des Marketings liegen im Internet El Dorado und Waterloo direkt nebeneinander. Große Reichtümer dem Abenteuerer, der unerschrocken um die Aufmerksamkeit des Kunden kämpft, die Konkurrenz nur einen Mausklick entfernt! Gegner an allen Fronten, denn nicht nur der Größe muss man sein mit dem schnellsten oder speziellsten Angebot, jetzt kommen auch noch die Konsumenten mit ihren eigenen Preisforderungen an! Inmitten dieser Gefechtslinien leidet Markus Stolpmann, seit Jahren Consultant und Dozent in Online-Strategien, dazu ein, über neue Wege der Kundenbindung im E-Business nachzudenken. Denn paradoxerweise werden die Besucher gerade durch eine verkrampfte Kampfhaltung vergrault und der Verkauf eines Produkts damit verhindert. Aktives Kundenmanagement beschäftigt sich dagegen mit dem, was das Kundenherz wirklich will: einen Mehrwert durch Events, Mitgliedschaft, kostenlose Services oder Teilhabe am Erfolg. Wie Stolpmann überzeugend darlegt, lassen sich im Internet all diese Angebote durch eine entsprechende Maßnahmenplanung und Erfolgskontrolle mit relativ wenig Aufwand erfolgreich realisieren. In jedem Kapitel werden differenzierte Aspekte und kurz- bzw. langfristige Ziele der Kundenbindung ausführlich erläutert, an Screenshots veranschaulicht und Fremdwörter erklärt. Statt haltloser Versprechungen oder wild aufeinander folgenden Erklärungen wird der Leser mit nachvollziehbaren Argumenten und Aktualität verwöhnt. Frei nach dem Motto "Kunden zu halten ist billiger als neue Kunden zu akquirieren -- (außerdem macht das allen Beteiligten mehr Spaß)!" gibt Stolpmann jedem Interessierten aus Marketing, Vertrieb und Management direkt die richtigen Werkzeuge zur Umsetzung an die Hand. Hier wird deutlich: Kundenbindung im E-Business ist ein Luxus, auf den besser nicht verzichtet werden sollte. --Sabine Stoessel Pressestimmen[...] Das Buch gehört schlichtweg in Ihre Sammlung, wenn Kundenbindung und eCommerce für Sie ein Thema sind. (Internet Marketing Portal 2002) Kurzbeschreibung Haben Sie eine Strategie, um durch Ihre Website langfristige Kundenbeziehungen zu etablieren und eine loyale Nutzerbasis aufzubauen? In diesem Buch erfahren Sie, warum nur Stammkunden gute Online-Kunden sind und wie man Surfer zu regelmäßigen Besuchern macht. Es werden zahlreiche Kundenbindungsinstrumente bis hin zum gezielten Database-Marketing detailliert anhand von Beispielen vorgestellt. Im Mittelpunkt steht Erzeugung von Kundenzufriedenheit, der Basis für dauerhaften Online-Erfolg.