

Pressemitteilung, April 2017

Haufe Frühjahr 2017: „Touchpoint Management“

## **Lieblingsmarke oder Datenkrake? Die Customer Journey erfolgreich begleiten**

**Ausleuchtungswahn contra unaufdringliche Kundenorientierung: Unternehmen stehen heute vor der großen Frage, wie sie ihre Kunden am besten entlang der Customer Journey begleiten.**

**Verschiedenste Kanäle, on- und offline, und die Möglichkeit des Kunden, sich immer und überall zu informieren und auszutauschen, brechen alte Vorstellungen des Marketings auf und fordern flexible und agile Ansätze. Was funktioniert, welche Instrumente und Dienstleister zur Verfügung stehen und wo Hindernisse lauern, zeigt die Haufe-Neuerscheinung „Touchpoint Management“.**

Die Customer Journey – oder die Reise des Kunden vom ersten Berührungspunkt mit dem Produkt bis zum Kauf und darüber hinaus – hat sich durch die Digitalisierung grundlegend verändert. Denn: Der Kunde kann sich heute schnell und unproblematisch kundtun. Er kann vergleichen und sich mit anderen austauschen. In Sekundenschnelle und weltweit. Und: Die Berührungspunkte zwischen Produkt und Kunde haben durch die Vermehrung der Kanäle ebenfalls stetig zugenommen. Waren es früher der Point of Sale und maximal noch Fernsehwerbung und Tageszeitung, hat heute nahezu jedes Unternehmen darüber hinaus diverse Social Media Kanäle, über die der Kunde sich informiert und in Interaktion tritt. Die Vermischung zwischen Online- und Offline-Touchpoints wiederum macht den Kunden zunehmend unberechenbar. Standardisierte Marketingaktivitäten und eine „Wir senden, ihr kauft“-Einstellung funktionieren längst nicht mehr.

Was bedeutet das für Unternehmen? Zu allererst: Die Orientierung auf den Kunden oder die „Customer Centricity“ hat rasant an Bedeutung gewonnen. Denn nur zufriedene Kunden empfehlen Produkt oder Marke weiter. Genau diese notwendige Kundenorientierung birgt wiederum einige Herausforderungen. So müssen traditionell aufgestellte Unternehmen sich schleunigst von der Vorstellung verabschieden, sie könnten die Kunden durch ihre Marketingaktivitäten nachhaltig beeinflussen oder gar steuern. Heute managt der Kunde die Beziehung. Heißt: Unternehmen müssen flexibel sein, agil und schnell und die Balance finden zwischen allzu aufdringlichem Datenkraken-Marketing und unpersönlichen Standard-Werbebotschaften.

Wie man den Kunden auf der Reise im Kosmos der Kommunikation und Distribution erfolgreich begleitet, zeigen Bernhard Keller und Cirk Sören Ott in ihrem Buch **„Touchpoint Management“**. Neben einer grundsätzlichen Einführung in die Themen Customer Journey und Customer Centricity bietet das Buch vor allem durch seine Praxisbeispiele ganz konkrete Handlungsempfehlungen für Unternehmen. Erfahrungsberichte aus verschiedenen Branchen inklusive Empfehlungen zum Einsatz von Dienstleistern und Software begleiten den Leser auf seinem Weg zur Neugestaltung und

Optimierung seiner Kundenbeziehungen. Arbeitshilfen online wie Leitfäden und Checklisten zur Erfassung und Gestaltung der Customer Journey erleichtern die Implementierung im Arbeitsalltag.

**Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre Bestellungen. Entweder unter [carla.jung@prospero-pr.de](mailto:carla.jung@prospero-pr.de) oder mit dem Bestellfax.**

Bernhard Keller / Cirk Sören Ott (Hrsg.)  
**Touchpoint Management - inkl. Arbeitshilfen online**  
Entlang der Customer Journey erfolgreich agieren  
ISBN: 978-3-648-09335-1  
1. Auflage 2017  
256 Seiten  
39,95 Euro  
Hardcover

## **Pressekontakt:**

### **Prospero GmbH Presse-und Öffentlichkeitsarbeit**

Carla Jung  
Müllerstraße 27  
80469 München

Tel: 089 27 33 83 16  
Fax: 089 27 33 83 29  
E-Mail: [carla.jung@prospero-pr.de](mailto:carla.jung@prospero-pr.de)

[www.prospero-pr.de](http://www.prospero-pr.de)

## **Über die Haufe Gruppe**

Die Haufe Gruppe mit ihren Marken Haufe, Haufe Akademie und Lexware ist einer der deutschlandweit führenden Anbieter für digitale Arbeitsplatzlösungen und Dienstleistungen sowie für Aus- und Weiterbildung. Haufe Fachbücher und eBooks vereinen ein einzigartiges Gesamtprogramm mit Titeln aus den Bereichen Immobilien, Management, Marketing, Rechnungswesen und Human Resources. Aus den Kernbereichen eines erfolgreichen Verlagsgeschäftes hat sich die Haufe Gruppe konsequent zu einem Spezialisten für digitale und webbasierte Services entwickelt. Sie machen 95 Prozent des Gesamtumsatzes aus.

Die Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Freiburg beschäftigt über 1.500 Mitarbeiter im In- und Ausland. Sie verfolgt eine internationale Wachstumsstrategie, die durch das heutige Leistungs- und Produktportfolio getragen wird. Vorangetrieben wird der Wachstumskurs durch die erfolgreiche wechselseitige Nutzung der Kernkompetenzen und Stärken der einzelnen Unternehmen und Marken. So konnte die Haufe Gruppe trotz eines schwierigen Markt- und Konjunkturmufeldes im Geschäftsjahr 2015 (Juli 2014 bis Juni 2015) einen Umsatz von über 292 Mio. Euro erzielen (Vorjahr: über 266 Mio. Euro).

Haufe Frühjahr 2017: „Touchpoint Management“

## Lieblingsmarke oder Datenkrake? Die Customer Journey erfolgreich begleiten



Antwortfax: 089-273383-29

Wir sind interessiert an einem Rezensionsexemplar von:

- |   |  |               |   |
|---|--|---------------|---|
| - | „Touchpoint Management“                    | Print / eBook | 0 |
| - | einem Interview oder Gastbeitrag zum Thema |               | 0 |
| - | _____                                      |               | 0 |

Medium \_\_\_\_\_

Verlag \_\_\_\_\_

Name \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_