

aus: Bernd Schmitt/ Marc Mangold: Kundenerlebnis als Wettbewerbsvorteil

In unserem Buch zeigen wir, wie Manager mit dem CEM Ansatz Produkte und Dienstleistungsangebote entwickeln können, die den Kunden nicht nur einen funktionalen Nutzen bieten und ihn zufrieden stellen, sondern durchwegs Freude und Begeisterung bereiten und damit der Firma einen echten Wettbewerbsvorteil verschaffen. Der Ansatz wird auch von zahlreichen Firmen dazu benutzt, Marken neu zu positionieren und Kundeninteraktionen dynamischer zu gestalten. Darüber hinaus präsentieren wir neue Marktforschungsmethoden, die in ihrer Kreativität und Effektivität weit über die traditionellen Methoden der Marktforschung hinausgehen. Der CEM-Ansatz ist besonders wichtig für deutsche Unternehmen, die international wettbewerbsfähig bleiben wollen und sich innerhalb Deutschlands nicht nur durch billige Preispolitik differenzieren wollen. Im Verlauf unseres Buches werden wir auf all diese Besonderheiten und Vorteile des CEM-Ansatzes ausführlich eingehen und mittels ausgewählter Fallstudien von Marken wie Apple, Carnegie Hall, Mini, 02, Red Bull, Segafredo Zanetti, Seven One Media und VW GTI verdeutlichen.

Unser Buch richtet sich an alle, die in irgendeiner Form für das Erlebnis, das ein Kunde mit einer Marke oder einem Unternehmen hat, verantwortlich sind – Geschäftsführer, Vorstände, Marketer, Sales-Mitarbeiter, Werber, Controller und Berater. Darüber hinaus sollen sich auch Studenten, IT-Spezialisten, Anwälte, Ärzte und alle, die sich zum ersten Mal mit dem Management des Erlebnisses von Käufern, Kunden und Klienten beschäftigen, angesprochen fühlen.

An dieser Stelle sei all jenen Unternehmensvertretern gedankt, die im Lauf unsere Recherche für Interviews zur Verfügung standen, uns mit wertvollen Insights aus dem täglichen Umgang mit den Kunden versorgten und uns einen tiefen Einblick in das Customer Experience Management ihrer Unternehmen und Marken ermöglichten. Ganz besonderer Dank aber gilt Frau Daniela Ziegler und Herrn Michael Dörflinger von Azurmedia, die uns maßgeblich bei der Übersetzung der englischsprachigen Bücher und bei der Erstellung der zahlreichen Abbildungen unterstützen. Ohne sie wäre dieses Buch so nie möglich gewesen.

Wir wünschen jedem Leser ein außergewöhnliches und vor allem gewinnbringendes Leseerlebnis.

Bernd H. Schmitt

Marc Mangold