



Presse-Information

Ipsos-Buch entlarvt Mythen über die Kundenloyalität und avanciert zu einem der Top-Businessbücher des Jahres

Loyalty Myths zeigt revolutionäre Taktiken zum Aufbau von Kundentreue und Kundenbindung

Hamburg/Möln, 8. September 2006 - *Loyalty Myths: Hyped Strategies That Will Put You Out of Business and Proven Tactics That Really Work* (Mythen der Kundenloyalität: Populäre Strategien, die Sie in den Ruin treiben und bewährte Taktiken, die wirklich funktionieren) von Ipsos-Forschern wurde von Soundview Executive Book Summaries zu einem der besten Businessbücher des Jahres gekürt. Das Unternehmen, das für ca. 50.000 Abonnenten Rezensionen veröffentlicht, wählt nur 30 von ca. 1.500 an den dessen Rezensenten eingesandten Businessbüchern pro Jahr aus.

Linda Gross, Chefrezensentin von Soundview: "Jeden Monat legt der Sondierungsausschuss der Rezensenten von Soundview strenge Auswahlkriterien für neue Bücher fest, die für eine Rezension in Betracht kommen. Die ausgewählten Bücher müssen eine Geschäftslösung anbieten, die wirtschaftlichen Kenntnisse des Lesers erweitern und/oder dessen Führungsqualitäten verbessern. *Loyalty Myths* wurde auf dieser Grundlage als ein Soundview Best Book in der Kategorie Marketing ausgewählt."

"Viele CEOs weltweit führen die Kundenloyalität als eines ihrer wichtigsten strategischen Ziele an und geben Milliarden von Dollar aus, um ihre derzeitigen Kunden zu halten“, ist in der Soundview-Rezension von *Loyalty Myths* zu lesen. "Tausende Bücher und noch mehr Artikel wurden zum Thema Kundenloyalität verfasst, und jeder hält diese für unerlässlich. Zu Recht? In *Loyalty Myths* enthüllen renommierte Autoren eines der führenden Wirtschaftsforschungs-unternehmen der Welt die hässliche Wahrheit über die Kundenloyalität: fast alles, was Ihnen bisher darüber erzählt wurde, ist falsch! Um die Sache ins richtige Licht zu rücken, kritisieren die Autoren 53 der am meisten verbreiteten Überzeugungen in Bezug auf Kundenloyalität und entlarven diese vollständig mit naturwissenschaftlichen Methoden und anhand knallharter Fakten. Sie erläutern auch die Wesenswahrheiten der Kundenloyalität, die jeder Marketer kennen sollte."

Die Autoren Timothy Keiningham, Terry Vavra und Henri Wallard sind Businessstrategen bei Ipsos Loyalty, einem global tätigen, spezialisierten Unternehmen, das Firmen bei der Erhöhung ihrer Wirtschaftsleistung durch Kundenzufriedenheitsmanagement, Customer Relationship Management und Employee Relationship Management“ unterstützt. Sie vereinen jahrzehntelange Erfahrung mit den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen in einem unterhaltsamen und zum Nachdenken anregenden Paket.

Keiningham: "Es ist eine ziemliche Ehre, wenn man berücksichtigt, dass so viele qualitativ hochwertige Businessbücher veröffentlicht, aber nur so wenige von Soundview ausgewählt werden."



Presse-Information

Blindes Streben nach Kundenloyalität kann katastrophale Folgen haben

So gut wie alles, was uns über die Beziehung zwischen Kundenloyalität und finanziellem Ergebnis erzählt wurde, ist Blödsinn, schreiben die Autoren.

"Die schwierige Wahrheit über Kundenloyalität ist, dass sie mit Wachstum und Profitabilität in einer sehr komplexen Beziehung steht, komplexer als wir bisher geglaubt haben. Ein nicht korrekt ausgerichtetes Programm kann dazu führen, dass man die falschen Kunden bindet und paradoxerweise damit die Profitabilität des Unternehmens schwächt. Ein blindes Streben nach Kundenloyalität ist im besten Fall eine Fehlleitung von Ressourcen. Im schlimmsten Fall jedoch ist es ein Rezept für ein finanzielles Desaster."

Die Autoren schreiben, dass die meisten Unternehmen ihre Methoden zur gewinnbringenden Nutzung der Kundenloyalität nicht geändert haben. Führungskräfte müssen überall auf die harte Tour zu der Erkenntnis gelangen, dass die von ihnen eingesetzten Strategien nicht leicht zu geschäftlichen Erfolgen führen und sie tatsächlich Milliarden Dollar an entgangenen Gewinnen kosten können. Sie untersuchen die populärsten Maximen in Bezug auf Kundenbindung und enthüllen, warum diese Strategien nicht funktionieren und zeigen gleichzeitig, wie diese die Managementpraktiken vergiften und das Endergebnis beeinträchtigen.

Zum Buch:

Loyalty Myths. Hyped Strategies That Will Put You Out of Business – and Proven Tactics That Really Work, 2005, Wiley & Sons, gebunden, 251 Seiten, in englischer Sprache. US-Preisempfehlung: 24,95 USD, Bestellung aus Deutschland z.B. bei www.amazon.de (23,50 Euro) oder www.buecher.de (22,95 Euro)

Über die Autoren:

Timothy L. Keiningham ist Senior Vice President und Leiter des Consulting bei Ipsos Loyalty, USA. Er hat bereits mehrere Bücher und Artikel zu Kundenzufriedenheit- und loyalität geschrieben und "Best Paper Awards" des Journal of Marketing und des Journal of Service Research gewonnen.

Terry G. Vavra ist Chairman Emeritus bei Ipsos Loyalty. Er ist Berater im Bereich Kundenzufriedenheit- und loyalität, Referent und Autor von vier Büchern und zahlreichen Artikeln.

Lerzan Aksoy ist Professorin für Marketing an der Koc Universität in Istanbul. Ihre Forschungsschwerpunkte sind Kundenzufriedenheit- und loyalität sowie CRM. Sie unterrichtet und trainiert Mitarbeiter zahlreicher multinationaler Unternehmen in diesen Bereichen.

Henri Wallard ist CEO der Ipsos-Gruppe, zuständig für Ipsos Loyalty

Über Ipsos:

Die Ipsos GmbH ist ein Tochterunternehmen der Ipsos SA, Paris. Weltweit gehören Marktforschungsinstitute in über 40 Ländern zur Ipsos-Gruppe, die damit international Platz drei einnimmt. Seit 1999 ist Ipsos SA an der Pariser Börse notiert.



Presse-Information

Ipsos Loyalty ist eines der fünf Kerngeschäftsfelder der Ipsos-Gruppe und betreibt weltweit Kundenzufriedenheitsforschung, Qualitätsmanagement und Customer Relationship Management (CRM).

In Deutschland ist die Ipsos GmbH mit 320 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von 53 Millionen Euro (2004) das drittgrößte Ad-hoc-Marktforschungsinstitut.

Freies Rezensionsexemplar oder Interviews mit den Autoren über:

Gudrun Witt
Division Manager Communications
Ipsos GmbH
Heidenkampsweg 100
D-20097 Hamburg
Tel. 040-80096-179
Fax. 040-80096-100
gudrun.witt@ipsos.de
www.ipsos.de