



Kurt Heller

Chefsache Kunde

**Wertvolles Wissen
über Käufer und Kunden**

Consumer Insights und Customer Knowledge als Bausteine für den Geschäftserfolg

Das entscheidende **Profit-Center** eines Unternehmens sind seine **Kunden**. Deshalb ist das Wissen über diese Kunden erfolgsbestimmend. **Consumer Insights** und **Customer Knowledge** werden zu wesentlichen **Bausteinen zum Geschäftserfolg** und damit zur **Chefsache**.

ISBN 978-3-03909-086-0 · 211 Seiten · broschiert
Fr. 43.–/Euro 28.–
Für GfM-Mitglieder Fr. 38.–/Euro 25.–

Aus dem Inhalt

Das Buch zeigt, wie sich wertvolles Wissen über Kunden, Käufer und Konsumenten aufbauen und heranziehen lässt:

- Analyse **bestehender Kundendaten** (Kundenanalysen, Segmentierung, Customer Lifetime Value, Data Mining)
- **Dialog mit Kunden** und deren **Integration** in Wertschöpfung und Innovation (Fokusgruppen, Lead-User-Ansatz, Kundenkarten)
- **Kundenzufriedenheit** und Zufriedenheitserhebungen
- **Internet als Wissensquelle** (Web 2.0, Webcontrolling, Blogosphäre, E-Commerce)
- **Kauf-, Käufer- und Konsumentenforschung** (Buying Cycle, Beobachtung, Mystery Shopping, Shadowing, POS-Beobachtung, Hirnforschung, Konsumentenpanels)
- **Information Sharing** (Key Account Management, Category Management, Efficient Consumer Response)
- **Management von Kundenwissen** (Database Marketing, Data Mining, Customer Relationship Management [CRM], Business Intelligence)

Umsetzung in die Praxis

Die Kombination aus verständlichen **Erläuterungen**, ausgewählten **Praxisbeispielen** und konkreten **Handlungsanleitungen** ermöglicht eine direkte Umsetzung. Ausführliche **Quellenangaben**, ein umfangreiches Literaturverzeichnis sowie ein hilfreicher **Serviceteil** mit Bezugsquellen und weiterführende Weblinks sind besonders nützlich.

Der Autor

Kurt Heller, Dr. oec. publ., ist Experte in Markt- und Konsumentenforschung, Consumer und Shopper Insights, Business Intelligence, Handel und Handelsstruktur. Seit 2005 ist er Partner bei ew-invest ag (Beteiligungen an und Coaching von jungen Firmen). Er war langjähriger Partner und Mitglied der Geschäftsleitung bei IHA-GfK, im Board Consumer Tracking der GfK-Gruppe, Verwaltungsratspräsident der IHA Italia S.p.A., Verwaltungsrat GfK Turkey, Präsident und Chairman von Europanel, Vizepräsident des VSMF (Verband Schweiz. Marktforscher).

Bestellung

Ich bestelle ____ Ex. **Heller: Chefsache Kunde**
ISBN 978-3-03909-086-0 · 211 Seiten · broschiert
Fr. 43.–/Euro 28.– (für GfM-Mitglieder Fr. 38.–/Euro 25.–)
zuzüglich Versandkosten, inkl. MwSt.

Erhältlich in jeder Buchhandlung
oder direkt beim Verlag

Name/Vorname

Firma

Strasse/Nr.

PLZ/Ort

Datum

Unterschrift

Ich bin GfM-Mitglied. KH

VERSUS VERLAG
Merkurstrasse 45
CH-8032 Zürich
Telefon +41 44 251 08 92
Fax +41 44 262 67 38
E-Mail info@versus.ch · www.versus.ch





Kurt Heller

Chefsache Kunde

Wertvolles Wissen
über Käufer und Kunden

Consumer Insights und Customer Knowledge als Bausteine für den Geschäftserfolg

Das entscheidende **Profit-Center** eines Unternehmens sind seine **Kunden**. Deshalb ist das Wissen über diese Kunden erfolgsbestimmend. **Consumer Insights** und **Customer Knowledge** werden zu wesentlichen **Bausteinen zum Geschäftserfolg** und damit zur **Chefsache**.

ISBN 978-3-03909-086-0 · 211 Seiten · broschiert
Fr. 43.–/Euro 28.–
Für GfM-Mitglieder Fr. 38.–/Euro 25.–

Aus dem Inhalt

Das Buch zeigt, wie sich wertvolles Wissen über Kunden, Käufer und Konsumenten aufbauen und heranziehen lässt:

- Analyse **bestehender Kundendaten** (Kundenanalysen, Segmentierung, Customer Lifetime Value, Data Mining)
- **Dialog mit Kunden** und deren **Integration** in Wertschöpfung und Innovation (Fokusgruppen, Lead-User-Ansatz, Kundenkarten)
- **Kundenzufriedenheit** und Zufriedenheitserhebungen
- **Internet als Wissensquelle** (Web 2.0, Webcontrolling, Blogosphäre, E-Commerce)
- **Kauf-, Käufer- und Konsumentenforschung** (Buying Cycle, Beobachtung, Mystery Shopping, Shadowing, POS-Beobachtung, Hirnforschung, Konsumentenpanels)
- **Information Sharing** (Key Account Management, Category Management, Efficient Consumer Response)
- **Management von Kundenwissen** (Database Marketing, Data Mining, Customer Relationship Management [CRM], Business Intelligence)

Umsetzung in die Praxis

Die Kombination aus verständlichen **Erläuterungen**, ausgewählten **Praxisbeispielen** und konkreten **Handlungsanleitungen** ermöglicht eine direkte Umsetzung. Ausführliche **Quellenangaben**, ein umfangreiches Literaturverzeichnis sowie ein hilfreicher **Serviceteil** mit Bezugsquellen und weiterführende Weblinks sind besonders nützlich.

Der Autor

Kurt Heller, Dr. oec. publ., ist Experte in Markt- und Konsumentenforschung, Consumer und Shopper Insights, Business Intelligence, Handel und Handelsstruktur. Seit 2005 ist er Partner bei ew-invest ag (Beteiligungen an und Coaching von jungen Firmen). Er war langjähriger Partner und Mitglied der Geschäftsleitung bei IHA-GfK, im Board Consumer Tracking der GfK-Gruppe, Verwaltungsratspräsident der IHA Italia S.p.A., Verwaltungsrat GfK Turkey, Präsident und Chairman von Europanel, Vizepräsident des VSMF (Verband Schweiz. Marktforscher).

Bestellung

Ich bestelle ____ Ex. **Heller: Chefsache Kunde**
ISBN 978-3-03909-086-0 · 211 Seiten · broschiert
Fr. 43.–/Euro 28.– (für GfM-Mitglieder Fr. 38.–/Euro 25.–)
zuzüglich Versandkosten, inkl. MwSt.

Erhältlich in jeder Buchhandlung
oder direkt beim Verlag

Name/Vorname

Firma

Strasse/Nr.

PLZ/Ort

Datum

Unterschrift

Ich bin GfM-Mitglied. GfM

VERSUS VERLAG
Merkurstrasse 45
CH-8032 Zürich
Telefon +41 44 251 08 92
Fax +41 44 262 67 38
E-Mail info@versus.ch · www.versus.ch





Kurt Heller

Chefsache Kunde

**Wertvolles Wissen
über Käufer und Kunden**

Consumer Insights und Customer Knowledge als Bausteine für den Geschäftserfolg

Das entscheidende **Profit-Center** eines Unternehmens sind seine **Kunden**. Deshalb ist das Wissen über diese Kunden erfolgsbestimmend. **Consumer Insights** und **Customer Knowledge** werden zu wesentlichen **Bausteinen zum Geschäftserfolg** und damit zur **Chefsache**.

ISBN 978-3-03909-086-0 · 211 Seiten · broschiert
Fr. 43.–/Euro 28.–
Für GfM-Mitglieder Fr. 38.–/Euro 25.–

Aus dem Inhalt

Das Buch zeigt, wie sich wertvolles Wissen über Kunden, Käufer und Konsumenten aufbauen und heranziehen lässt:

- Analyse **bestehender Kundendaten** (Kundenanalysen, Segmentierung, Customer Lifetime Value, Data Mining)
- **Dialog mit Kunden** und deren **Integration** in Wertschöpfung und Innovation (Fokusgruppen, Lead-User-Ansatz, Kundenkarten)
- **Kundenzufriedenheit** und Zufriedenheitserhebungen
- **Internet als Wissensquelle** (Web 2.0, Webcontrolling, Blogosphäre, E-Commerce)
- **Kauf-, Käufer- und Konsumentenforschung** (Buying Cycle, Beobachtung, Mystery Shopping, Shadowing, POS-Beobachtung, Hirnforschung, Konsumentenpanels)
- **Information Sharing** (Key Account Management, Category Management, Efficient Consumer Response)
- **Management von Kundenwissen** (Database Marketing, Data Mining, Customer Relationship Management [CRM], Business Intelligence)

Umsetzung in die Praxis

Die Kombination aus verständlichen **Erläuterungen**, ausgewählten **Praxisbeispielen** und konkreten **Handlungsanleitungen** ermöglicht eine direkte Umsetzung. Ausführliche **Quellenangaben**, ein umfangreiches Literaturverzeichnis sowie ein hilfreicher **Serviceteil** mit Bezugsquellen und weiterführende Weblinks sind besonders nützlich.

Der Autor

Kurt Heller, Dr. oec. publ., ist Experte in Markt- und Konsumentenforschung, Consumer und Shopper Insights, Business Intelligence, Handel und Handelsstruktur. Seit 2005 ist er Partner bei ew-invest ag (Beteiligungen an und Coaching von jungen Firmen). Er war langjähriger Partner und Mitglied der Geschäftsleitung bei IHA-GfK, im Board Consumer Tracking der GfK-Gruppe, Verwaltungsratspräsident der IHA Italia S.p.A., Verwaltungsrat GfK Turkey, Präsident und Chairman von Europanel, Vizepräsident des VSMF (Verband Schweiz. Marktforscher).

Bestellung

Ich bestelle ____ Ex. **Heller: Chefsache Kunde**
ISBN 978-3-03909-086-0 · 211 Seiten · broschiert
Fr. 43.–/Euro 28.– (für GfM-Mitglieder Fr. 38.–/Euro 25.–)
zuzüglich Versandkosten, inkl. MwSt.

Erhältlich in jeder Buchhandlung
oder direkt beim Verlag

Name/Vorname

Firma

Strasse/Nr.

PLZ/Ort

Datum

Unterschrift

Ich bin GfM-Mitglied. SMC

VERSUS VERLAG
Merkurstrasse 45
CH-8032 Zürich
Telefon +41 44 251 08 92
Fax +41 44 262 67 38
E-Mail info@versus.ch · www.versus.ch





Kurt Heller

Chefsache Kunde

Wertvolles Wissen
über Käufer und Kunden

Consumer Insights und Customer Knowledge als Bausteine für den Geschäftserfolg

Das entscheidende **Profit-Center** eines Unternehmens sind seine **Kunden**. Deshalb ist das Wissen über diese Kunden erfolgsbestimmend. **Consumer Insights** und **Customer Knowledge** werden zu wesentlichen **Bausteinen zum Geschäftserfolg** und damit zur **Chefsache**.

ISBN 978-3-03909-086-0 · 211 Seiten · broschiert
Fr. 43.–/Euro 28.–
Für GfM-Mitglieder Fr. 38.–/Euro 25.–

Aus dem Inhalt

Das Buch zeigt, wie sich wertvolles Wissen über Kunden, Käufer und Konsumenten aufbauen und heranziehen lässt:

- Analyse **bestehender Kundendaten** (Kundenanalysen, Segmentierung, Customer Lifetime Value, Data Mining)
- **Dialog mit Kunden** und deren **Integration** in Wertschöpfung und Innovation (Fokusgruppen, Lead-User-Ansatz, Kundenkarten)
- **Kundenzufriedenheit** und Zufriedenheitserhebungen
- **Internet als Wissensquelle** (Web 2.0, Webcontrolling, Blogosphäre, E-Commerce)
- **Kauf-, Käufer- und Konsumentenforschung** (Buying Cycle, Beobachtung, Mystery Shopping, Shadowing, POS-Beobachtung, Hirnforschung, Konsumentenpanels)
- **Information Sharing** (Key Account Management, Category Management, Efficient Consumer Response)
- **Management von Kundenwissen** (Database Marketing, Data Mining, Customer Relationship Management [CRM], Business Intelligence)

Umsetzung in die Praxis

Die Kombination aus verständlichen **Erläuterungen**, ausgewählten **Praxisbeispielen** und konkreten **Handlungsanleitungen** ermöglicht eine direkte Umsetzung. Ausführliche **Quellenangaben**, ein umfangreiches Literaturverzeichnis sowie ein hilfreicher **Serviceteil** mit Bezugsquellen und weiterführende Weblinks sind besonders nützlich.

Der Autor

Kurt Heller, Dr. oec. publ., ist Experte in Markt- und Konsumentenforschung, Consumer und Shopper Insights, Business Intelligence, Handel und Handelsstruktur. Seit 2005 ist er Partner bei ew-invest ag (Beteiligungen an und Coaching von jungen Firmen). Er war langjähriger Partner und Mitglied der Geschäftsleitung bei IHA-GfK, im Board Consumer Tracking der GfK-Gruppe, Verwaltungsratspräsident der IHA Italia S.p.A., Verwaltungsrat GfK Turkeye, Präsident und Chairman von Europanel, Vizepräsident des VSMF (Verband Schweiz. Marktforscher).

Bestellung

Ich bestelle ____ Ex. **Heller: Chefsache Kunde**
ISBN 978-3-03909-086-0 · 211 Seiten · broschiert
Fr. 43.–/Euro 28.– (für GfM-Mitglieder Fr. 38.–/Euro 25.–)
zuzüglich Versandkosten, inkl. MwSt.

Erhältlich in jeder Buchhandlung
oder direkt beim Verlag

Name/Vorname

Firma

Strasse/Nr.

PLZ/Ort

Datum

Unterschrift

Ich bin GfM-Mitglied.

VERSUS VERLAG

Merkurstrasse 45
CH-8032 Zürich
Telefon +41 44 251 08 92
Fax +41 44 262 67 38
E-Mail info@versus.ch · www.versus.ch

