



Nikolaus Förster Herausgeber und Verleger

Einfach mal fragen

Sucht man nach einem Gradmesser, wie wertvoll ein Unternehmen – jenseits der üblichen Kennzahlen – ist, dann empfehle ich die Kundennähe. Sie hat eine äußerst große Aussagekraft darüber, wie die Zukunftsaussichten einer Firma sind. Warum?

Nur wer seine Kunden wirklich gut kennt, wird passgenaue Angebote entwickeln können und nicht am Markt vorbei produzieren.

Nur wer seine Kunden wirklich gut kennt, wird frühzeitig darauf aufmerksam, wenn sich Bedürfnisse verändern.

Nur wer seine Kunden wirklich gut kennt, wird in der Lage sein, langjährige Beziehungen aufzubauen und die Treue zur eigenen Marke zu stärken. Nur so lassen sich wertvolle Weiterempfehlen gewinnen.

Wie aber kann ich die Nähe zu meinen Kundinnen und Kunden stärken? Einer der einfachsten Wege sind regelmäßige Befragungen. Wie dies konkret geht und welche Ansätze sich für wen lohnen, zeigen wir in der Titelgeschichte: „Kennen Sie Ihre Kunden?“ (ab Seite 16). Ich freue mich, wenn Sie die Ideen dazu animieren, Ihre Kunden noch besser kennenzulernen!

Ihr

nikolaus.foerster@impulse.de

AUSTAUSCH AUF AUGENHÖHE

Tauschen Sie sich mit anderen Unternehmern und Unternehmerinnen über Kundenbefragungen aus! In unserer **Online-Leserkonferenz** am **Montag, 24. April** von **16–17 Uhr**. Auch Matthias Glaser (Glaser Programmsysteme) und Noah Wild (Wild Beauty) werden dabei sein und berichten, wie die richtigen Befragungsmethoden ihre Firmen entscheidend vorangebracht haben. Einfach hier anmelden: impulse.de/leserkonferenz