



PRESSEMITTEILUNG

"Customer Centricity Mindset® - Kunden wirklich verstehen, Disruption erfolgreich meistern" - ein Fach- und Ratgeber-Buch von Marktforscher Herbert Höckel

Düsseldorf, 22.06.2021 "Customer Centricity Mindset®" ist ein unternehmerisches Konzept, das statt eines Produktes den Kunden in den Fokus des Handelns stellt. Die Digitalisierung hat dem individuellen Kunden, im Fachjargon die "Persona", ganz neue Macht gegeben. Kein Unternehmens-Entscheider kommt inzwischen mehr an dem Konzept der Customer Centricity vorbei, ohne langfristig den eigenen Markenerfolg zu gefährden.

Herbert Höckel verfolgt diese Entwicklung bereits seit Jahrzehnten als Marktforscher seiner mo'web research GmbH. Er sagt: "Um im Markt zu bestehen, bleibt den meisten Unternehmen inzwischen gar nichts anderes mehr übrig, als die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden in den Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns zu stellen." Seine beruflichen Erkenntnisse hat Höckel nun in seinem neuen Buch niedergeschrieben.

Key Facts:

"Customer Centricity Mindset® - Kunden wirklich verstehen, Disruption erfolgreich meistern"

Ratgeber für Geschäftsführer, Inhaber sowie Entscheider (Marketing und Vertrieb)

162 Seiten - Erscheinungsdatum 15. Juni 2021 im Haufe Lexware Verlag

Mit einem Vorwort von Kai Schmidhuber

Höckel's Buch verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz. Es sind alle Bereiche eines Unternehmens gefragt, nicht nur die klassische Marketing- und Vertriebsabteilung. Sämtliche Mitarbeiter müssen bereit sein, sich komplett in ihre Kunden hineinzusetzen, um zu wissen, wie sie fühlen, denken und handeln. Hinter dem Paradigma der Customer Centricity stehen zentrale Konzepte wie User Story, Moments of Truth und Customer Journey, die Herbert Höckel in einer verständlichen und bildhaften Sprache erläutert.

Die "Mutter" aller Transformationen ist die Disruption und ein weiterer thematischer Schwerpunkt dieses Buches. Jener alles zerstörende Prozess, der unvorhersehbar aber regelmäßig Branchen teilweise oder komplett zerstört, nur damit diese kurz



darauf in anderer Form wieder aufstehen. Ziel eines jeden Entscheidungsträgers sollte es sein, Disruptionen rechtzeitig zu antizipieren. Die Methode laut Autor Höckel: Customer Centricity. Denn nur so liegt der Finger am Puls der Kunden, um auf kommende Veränderungen frühzeitig und aktiv reagieren zu können.

Gute Marktforschung ist die Entsprechung von gutem Zuhören

Mit seinem Buch wendet sich Herbert Höckel direkt an Geschäftsführer, Marken- und Produktmanager. Er erklärt etablierte sowie innovative Methoden der Marktforschung, beschreibt die Trends, die unser digitales Zeitalter bestimmen und bietet einen fundierten Ratgeber, wie sich Führungskräfte trotz unsicherer und volatiler Zeiten ihren Handlungsspielraum bewahren können.

Einige Auszüge aus dem Inhalt:

"Der Kunde ist König, Kaiser, Graf und Papst zugleich! Kundenzentrierung, Customer Centricity, war nie wichtiger als JETZT! Auf Ihre (potenziellen) Käufer müssen Sie sich konzentrieren, sie verstehen, sich in sie hineinversetzen. Nur so kann ein Verständnis für Bedürfnisse und (künftige) Erwartungen entstehen, das Ihnen Erfolg verspricht."

"Der stärkste Konkurrent ist der, den wir nicht sehen können oder noch nicht wahrhaben wollen. Man kann solche Konkurrenten nicht auf der Karte einkreisen und man sieht sie oft nicht kommen."

"Lernen Sie Ihre Kunden kennen! Soziodemografische Profile und statistische Zielgruppendefinitionen reichen hier aber bei Weitem nicht aus. Ich meine, lernen Sie Ihre Kunden wirklich kennen!"

"Betrachten Sie Probleme als Freunde. Begrüßen wir Fehler, analysieren sie, finden die kausalen Zusammenhänge, die zu ihrer Entstehung beigetragen haben, dann bewegen wir uns von einer Fingerzeigkultur hin zu einer Lernkultur."

"Disruption gleicht einer Tsunamiwelle, die, getrieben von Innovationen, Digitalisierung und Globalisierung, alles überrollt, was sich ihr in den Weg stellt: bestehende Geschäftsmodelle, Unternehmenskulturen oder auch ganze Märkte. Wenn Sie es jedoch beherrschen, auf dieser Welle zu reiten, dann können Sie sich die Kraft der Disruption zunutze machen und in ungeahnte Sphären des unternehmerischen Erfolgs eindringen."



Zu mo'web research und Herbert Höckel

Seit 2004 betreibt die mo'web research GmbH weltweit Marktforschung von A bis Z. Am Standort in Düsseldorf arbeiten 40 Mitarbeiter und beraten Unternehmen aller Branchen und Größen. Herbert Höckel ist Autor, Speaker und geschäftsführender Gesellschafter von mo'web.

Ansprechpartner für Rückfragen

Marco Kessler | Pressereferent
m.kessler@mo-web.net | 0221 66 95 85 - 19

mo'web GmbH

info@mo-web.net | 0211 828 28 00
Mertensgasse 12, 40213 Düsseldorf | www.mowebresearch.com