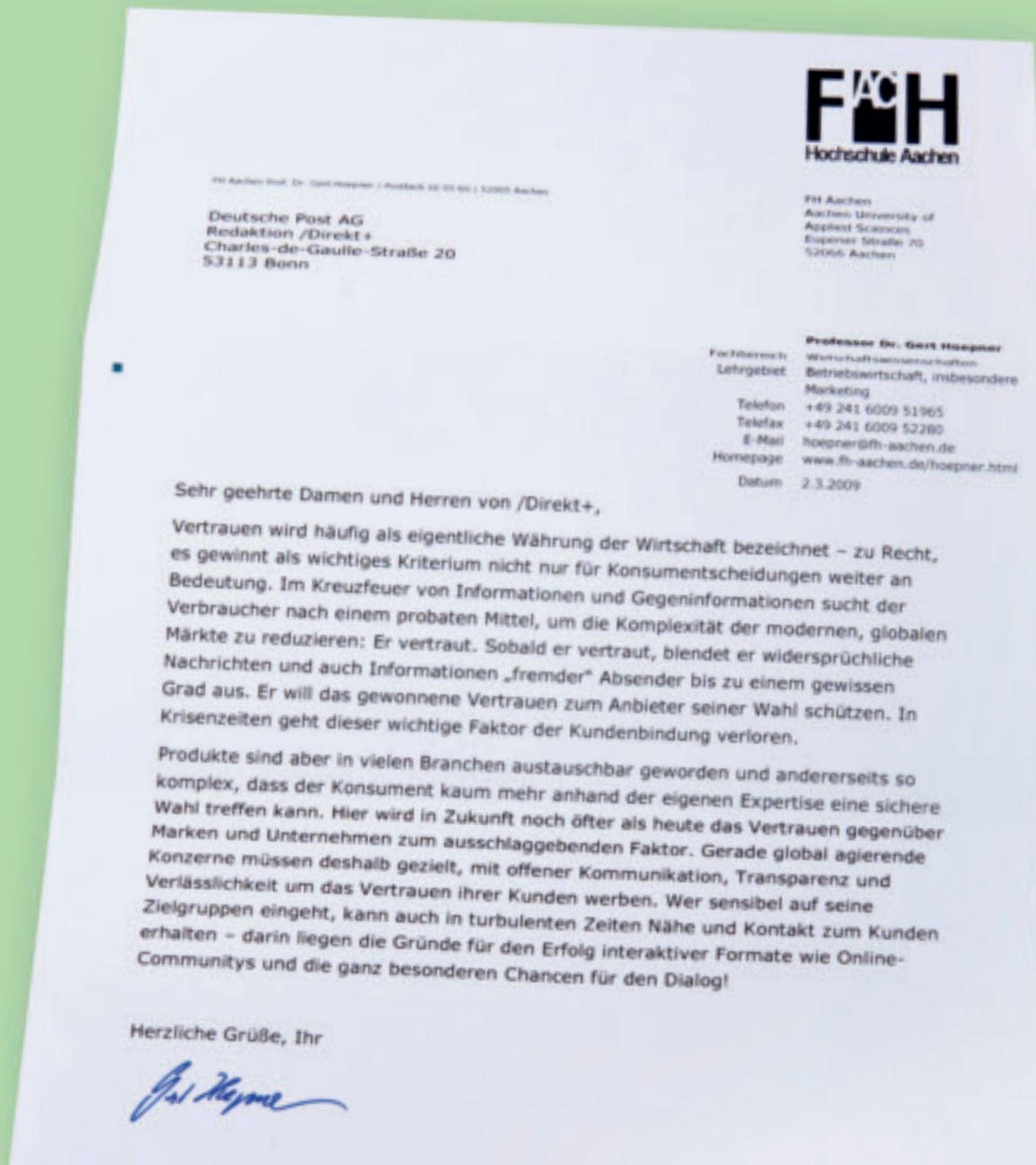


Ihr Statement, bitte!

Was können Unternehmen in Krisenzeiten tun, um das Vertrauen der Kunden zu bewahren und ihre Zielgruppen zu loyalisieren? Mehr denn je wird es, so der Marketingprofessor Gert Hoepner, künftig darauf ankommen, Transparenz und Verlässlichkeit zu zeigen, Nähe zum Kunden zu suchen – auch im direkten Dialog.



Gert Hoepner, 50, ist Professor für Betriebswirtschaftslehre an der FH Aachen. Neben dem Schwerpunkt Marketing sind Unternehmensplanspiele und Verkaufstrainings zentrale Aspekte seiner Lehrtätigkeit. In Sachen Dialogmarketing, CRM sowie Handels- und Marktforschung ist der promovierte Wirtschaftswissenschaftler ein erfahrener Praktiker: Unter anderem war Hoepner für die GfK und für Nestlé Deutschland tätig, sein Beratungsunternehmen Indialogo betreut Kunden unterschiedlichster Branchen.