

„Marketing – der Motor einer jeder Unternehmung“

Beachten Sie die wichtigsten Grundregeln und der „Motor“ läuft rund.

Produkte und Leistungen in's Gespräch bringen!

Persönliche Gespräche sagen mehr aus als jeder Prospekt. Reden Sie mit dem Kunden, überlassen Sie dem Kunden Ihre Produkte zum Test. Getestete Waren werden selten retourniert und es kommt in der Regel zum Kauf.

Kundenorientiert handeln!

Kundenorientierung bedeutet in erster Linie: Entwicklung einer vertrauensvollen Kundenbeziehung durch differenzierte Behandlung. Die Kundenorientierung vermindert eine Abwanderung zum Wettbewerb, weshalb sie in vielen Betrieben eine übergeordnete strategische Zielsetzung ist. Die Kundenorientierung wird von den meisten Firmen durch Kundenbefragungen und eine Analyse der Kundenaktivitäten kontrolliert. Als wichtigste Kennzahlen zur Kundenzufriedenheit gelten: Reklamationsquote, Dauer der Kundenbeziehung und die Umsatzentwicklung.

Kundenzufriedenheit planen!

Kundenorientierung funktioniert nicht in den traditionellen Unternehmensstrukturen. Sie erfordert Veränderungen. Funktionale Verantwortungsgrenzen sind zugunsten eines offenen Miteinanders zu überwinden. Management und Mitarbeiter müssen auf ein gemeinsames Ziel, die Kundenzufriedenheit, eingestimmt werden.

Massnahmen!

Die Massnahmen, welche Firmen / Organisationen in Sachen

Kundenzufriedenheit planen können, sind:

- ◆ Mitarbeiterschulung
- ◆ besserer Service
- ◆ Database-Marketing
- ◆ regelmässige Befragungen
- ◆ Lieferbereitschaftsgrad
- ◆ Dialogmarketing / Telemarketing
- ◆ individuelle Kundeninformation
- ◆ individuelles Eingehen auf Kundenwünsche

Konstanz!

Besonders in den sich schnell verändernden Märkten ist Konstanz gefragt. Bleiben Sie Ihrem Marketingkonzept treu und bringen Sie Ihre Produkte wieder erkennbar, mit einer "unité de doctrine" und mit Engagement in das Gespräch.

Begeistern Sie sich und andere?

Von der Qualität und dem Nutzen Ihrer Produkte und Dienstleistungen müssen Sie und alle Ihre MitarbeiterInnen begeistert sein. Die Kommunikation dieser Vorteile ist koordiniert durchzuführen, damit durch die Synergien der PR / Werbe- und Verkaufsförderungsmassnahmen, der geplante Erfolg erzielt werden kann.

Seien Sie clever!

Denken Sie ab und zu an unkonventionelle Marketingaktionen. Begehen Sie hin und wieder neue Wege, neben den klassischen Werbekampagnen. Definieren Sie Ihre Zielgruppe klar. Setzen Sie Ihre Marketingmittel zielgruppengerecht dort ein, wo die Wirkung am grössten ist!

Nähern Sie sich Ihren Kunden!

Nutzen Sie den direkten Kontakt zum Kunden, aber auch Ihr Wissen über seine Bedürfnisse. Entscheidend für den Erfolg Ihres Unternehmens ist die Marketing- und Leistungs-Innovation. Was es dafür braucht, erfahren Sie von Ihren Kunden.

Kosten beachten!

Immer mehr Unternehmen sehen sich steigenden Kosten in den Bereichen Verkauf, Kommunikation und Service gegenüber. Neben den teuren Aussendienstbesuchen wird das Telemarketing deshalb betriebswirtschaftlich zum bevorzugten Lösungsweg für die Neukundengewinnung und Kundenpflege.

Nutzen Sie Telemarketing!

Der zunehmende Wettbewerb und die sich stetig wandelnden Kundenansprüche verlangen neue Impulse und Ideen. Wie Sie Telemarketing optimal in Ihrem Unternehmen einsetzen und sich somit den Vorsprung im Wettbewerb sichern, erfahren Sie in einem persönlichen Gespräch.

Kontaktieren Sie uns noch heute und vereinbaren Sie einen Termin für ein interessantes, kostenloses Gespräch.

Weitere Informationen finden Sie unter:

www.seitz-Telemarketing.ch