

„CRM“

**Customer Relationship Management (CRM) heisst der Wettbewerbsvorteil.
Ergänzt wird dieses Konzept mit einem bewährten, kompetenten und
leistungsfähigen externen Marketing.**

CRM – neue Plattform

Mit CRM werden neue Geschäftspotentiale bei den bestehenden Kunden identifiziert und attraktive Neukunden hinzugewonnen. CRM bedeutet eine neue Plattform zur gezielten Akquisition. Sein Grundgedanke ist die Steigerung des Unternehmens- und Kundenwerts durch systematisches Management der existierenden Kunden.

Das Ziel von CRM

ist die langfristige Sicherung der Kunden durch Interaktion über verschiedene Kanäle, Dialogmanagement über Telemarketing, Personalisierung der Kundenansprache bei Werbemaßnahmen und Verkaufsförderungsmaßnahmen, Loyalitätsmaßnahmen etc.

CRM - strategischen Punkte:

- Welche Leistungen sind zu bieten, damit die Kunden langfristig dem Unternehmen treu bleiben?
- Die Gewinnung hochwertiger Kunden durch die Kenntnisse über die existierende Struktur wichtiger Kunden.
- Welches sind die profitabelsten Kunden in der Dauer der Kundenbeziehung?
- Wie können neue, ähnliche, profitable Kunden langfristig gewonnen werden?
- Wie können differenzierte Angebote für verschiedene Kunden ohne Kostenerhöhung realisiert werden?

Das Auffinden neuer potentieller Kunden wurde bisher dem Aussendienst überlassen. Kompetente, fleissige und sparsame Verkäufer hatten Erfolg durch eine effiziente und effektive Akquisitions- & Verkaufsaktivität. Oft sind wenige Aussendienstleute verantwortlich für viele

Mitarbeiter einer Organisation. Sind diese Verkäufer erfolgreich, kann die Produktion nach Plan produzieren. Ist dies nicht der Fall, werden Spezialmaßnahmen notwendig.

Oft ist die Verkaufsmannschaft mit Reisen, Administration, Budgetplanung, Kundendienst extrem ausgelastet, sodass für die verkaufsaktive Zeit beim Kunden wenig übrig bleibt. Für die Neukapazität in vielen Fällen. Negative Erfahrungen und Vorurteile die auch beim Aussendienst vorkommen, hindern die Neukapazität zusätzlich. Wie oft kann man hören, bei diesem und jenem ist aus dem Grunde XY nichts zu machen. Viele Informationen über potentielle Kunden erreichen uns nur in gefilterter Form. Viele wichtige Informationen erreichen uns nie oder gehen bei einem Personalwechsel ganz verloren.

Die weit verbreitete Meinung, das beste Produkt werde sich im Markt durchsetzen wird von den Kunden immer weniger geteilt. Diverse Marktforschungen belegen, dass die Kunden die Produkte als zunehmend ähnlicher wahrnehmen und Produkteunterschiede die Kaufentscheidung nur noch bedingt beeinflussen. An die Stelle der Produkteorientierung sind attraktive Kundensegmente getreten, welche mit den Produkt-, Marketing- und Verkaufsverantwortlichen bearbeitet werden. Die Ermittlung von Zielpersonen, des Bedarfs, den speziellen Daten wie direkte Telefonnummer, E-Mail Adresse und vieles mehr wird an eine externe Agentur vergeben. Die Daten dieser Kundensegmente werden in einer zentralen Datenbank gemanagt. Je nach Kundenwert und Kunden-

verhalten wird daran die Kundenbetreuung durch den Aussendienst ausgerichtet. Der Aussendienst wird also mit aktuellen Informationen unterstützt (nach Umsatz und potentiellen Kunden) eingesetzt.

CRM - lohnende Investition

Machen wir es den Kunden einfach! Kunden wollen nicht mit unnötigen Informationen überschwemmt werden. Als Kunden möchte man aber bedarfsgerecht informiert werden.

Höflichkeitsbesuche durch den Aussendienst kosten für beide Parteien Zeit und Geld. Vieles kann per Telefon abgeklärt werden, vorausgesetzt- das Gespräch wird freundlich, kompetent und effektiv durchgeführt. Schaffen Sie für Ihre Kunden eine Ansprechstelle. Eine Info-Line (z.B.: 0800er-Nummer) macht es Ihren Kunden einfach, das Unternehmen zu kontaktieren. Solche Leistungen werden zum Beispiel für Produktneueinführungen aber auch für Helpdesk-Services von den verschiedensten Wirtschaftsbereichen beansprucht.

Nutzen Sie Verkaufskapazität nach Mass!

Als Pionier des Telemarketing bringen wir seit 1981 Produkte und Leistungen unserer Kunden ins Gespräch. Bedarfsermittlung, Adressqualifizierungen, aktiver Verkauf, Terminvereinbarungen für den Aussendienst, Kundenzufriedenheitsanalysen u.v.m. gehören zu unserem Kerngeschäft. Für Ihr CRM stellen wir Ihnen gerne unsere langjährige Erfahrung, die engagierten MitarbeiterInnen und die dafür notwendige Infrastruktur zur Verfügung.

Weitere Informationen finden Sie unter :
www.seitz-Telemarketing.ch