

## „Do what you do best - outsource the rest!“

### Neue Kunden, Absatzkanäle und Märkte durch massgerechte externe Marketingkapazität finden.

#### Verkaufsorganisation stärken

Re-Engineering, Business Process Outsourcing, Total Quality Management u.v.m. haben unsere Wirtschaftswelt laufend verändert. Im Bereich Verkauf werden die zur Verfügung stehenden Instrumente in vielen Unternehmen noch zu wenig genutzt. Sind es die Kosten, das Risiko, die Gewohnheiten, welche für eine Verstärkung der Verkaufsorganisation hinderlich sind? Ist es nicht der Verkauf, der bei der Umsatz und Ertragsgenerierung massgeblich verantwortlich ist? Weshalb werden die vorhandenen Instrumente nicht intensiv genutzt?

Die Kosten für Marketing und Verkauf möglichst tief halten, saisonale Schwankungen ausgleichen und sich voll auf seine Kernprozesse konzentrieren, ist das Gebot der Stunde. Leistungen wie: Logistik, EDV, Buchhaltung und vieles mehr werden z.T. bereits an kompetente Partner ausgegliedert. Partner die diese Arbeiten effizienter erledigen, tragen wesentlich zu einer effizienten Organisation und einer Senkung der fixen Kosten bei.

#### "Do what you do best- outsource the rest!"

Diesen Leitsatz leben bereits Unternehmen wie die Daimler-Chrysler, Volkswagen, Chemie-Firmen etc. konsequent. Durch die Vernetzung von Produktions- und Dienstleistungspartner werden die erzielbaren „economies of scale“ in der Wertschöpfungskette zum allgemeinen Nutzen kumuliert.

#### Nutzen erzielen

Wie kann nun das Marketing und vor allem der Verkauf vom externen Dienstleistern einen Nutzen erzielen? Die Werbung, die Organisation von Events, die

Gestaltung und Produktion von Verkaufsförderungsmitteln, etc. werden bereits an externe Partner delegiert. In der Versicherungsbranche werden Produkte über externe Agenturen vermarktet. Sie sehen also, Outsourcing ist nichts neues und wird immer häufiger genutzt. Es gehört zu den grossen Herausforderungen in unserem 21. Jahrhundert. Gefragt sind sorgfältige und langfristige Konzeptionen mit klar definierten Prozessen, welche die konkrete Aufgabenteilung mit dem Outsourcing-Partner erst erlauben.

#### Internes oder externes Telemarketing?

Wie bei der Werbung und der EDV stellt sich die Frage: Wollen wir gewisse Wertschöpfungsprozesse verbessern, haben wir genügend personelle Kapazität, haben wir die notwendige Kompetenz dafür und wie entwickeln sich die Kosten?

#### Effektives Telemarketing

Ein effizientes und effektives Telemarketing muss gut geplant und konzeptioniert werden. Es sind also folgende Fragen zu lösen:

- Welche Zielpersonen sind zu kontaktieren
- Wer eignet sich für diese Aufgabe
- Welche Sprachen sind notwendig
- Wie viele Anrufe pro Stunde/Tag sind möglich und notwendig
- Welche Daten werden erfasst, um die Resultate zu messen
- Wie viel Training ist notwendig
- Wer ist für die Schulung, für die Konzeption, für das Supervising zuständig
- Wie kontrolliere ich den Soll-Ist-Erfolg, was ist realistisch
- Wie wird die Nachbearbeitung garantiert und durch wen

- Was passiert bei saisonalen Schwankungen mit dem Personal und der Infrastruktur
- Welche Personalfluktuatation ist haltbar
- Wie werden die MitarbeiterInnen motiviert, damit sie nicht "ausbrennen"

Alle diese Punkte sind bei seitz Telemarketing ag gelöst und es kann eine langjährige Erfahrung genutzt werden.

#### Mut zur Veränderung lohnt sich

Wer die Kundenbedürfnisse von morgen und die Möglichkeiten des Telemarketing antizipiert, kann neue Chancen aufzeigen und nutzen. Einerseits zur Generierung von Umsatz, andererseits zur Steigerung von Effizienz und Effektivität.

Wer sich ein klares Bild über eigene Kernkompetenzen machen kann, erhält eine Entscheidungsgrundlage dafür, nicht profitierende Teile der Wertschöpfungskette an externe Partner zu vergeben, die sie am effizientesten erbringen können. Wer einen erfolgreichen Verkaufsprozess vor das Denken in Organisationseinheiten stellt, erhält neue Möglichkeiten für eine effektive Umsatzgenerierung. Wer nicht nur shareholder value und Produktionserfolg beachtet, kann mit externer Verkaufskapazität das Geschäftsergebnis nachhaltig verbessern und sicherstellen.

Wer nicht nur strategische und konzeptionelle Zielvorstellungen formuliert, sondern diese auch entschlossen umsetzt, kann sich an den Resultaten messen lassen.

Weitere Informationen finden Sie unter:

[www.seitz-Telemarketing.ch](http://www.seitz-Telemarketing.ch)