

mit Details zum Thema „Mailing“ oder „telefonische Kaltakquise“. Vom Briefpapier für den Werbebrief bis zur besten Uhrzeit für den Akquise-Anruf wird praxisnah erläutert, was eine Dialogmarketing-Kampagne erfolgreich macht.

Mit Hilfe eines Fragebogens erstellt der Abonnent ein Konzept für sein Werbeprojekt. Er geht dann die Text-Vorschläge Schritt für Schritt durch und sucht sich die passenden Bausteine heraus. Mit dem ausgefüllten Fragebogen als Grundlage, kann er die Text-Bausteine optimal an sein Angebot anpassen. Die Struktur für den fertigen Text wird durch die Reihenfolge der zu behandelnden Punkte vorgegeben. Dabei gibt es mehrere Formulierungsvorschläge, die individuell ergänzt oder verändert werden.

Hilfe für den Kundendialog aus dem Internet

Die Kundenbeziehungsmanagerin Irmgard Braasch / DS Software-Lösungen:

Ein Werbebrief muss geschrieben werden, aber das weiße Blatt Papier will sich einfach nicht füllen. Für das Telefonakquise-Projekt fehlen ebenfalls die Worte. Hier setzt die neue Internet-Lösung Text-Bausteine (www.text-bausteine.de) an, die Irmgard Braasch, die Kundenbeziehungsmanagerin,



Irmgard Braasch und Diethelm Schneider

und Diethelm Schneider von DS Software-Lösungen als Abonnement-Service anbieten. Für Unternehmer mit wenig Zeit und aufwendige Seminare wurden eine kompakte Form und leichte Nutzbarkeit gewählt. Es gibt für den Abonnenten eine Einführung