

Vollgas für Kundenkommunikation und Vertrieb

walter TeleMedienService präsentiert erstmals Dienstleistungen auf der Midvision

Ettlingen, 21.06.2006. Effektive Service-Dienstleistungen zur Optimierung der Kundenkommunikation und Unterstützung des Vertriebs stellt der Kundencenter-Dienstleister walter TeleMedienService GmbH & Co. KG auf der Midvision vor. Als Tochterunternehmen der Ettlinger walter TeleMedien-Gruppe präsentiert das Unternehmen sein Dienstleistungsportfolio am Beispiel der Automotive-Branche. „In Zeiten verschärfter Wettbewerbssituation und zunehmender Kaufzurückhaltung ist das Kennen und Erkennen des Kunden ein entscheidender Wettbewerbsfaktor“, erklärt Michael Heim, Geschäftsführer von walter TeleMedienService, und erläutert, dass die Optimierung der Kundendatenbank und die Individualisierung des Marketing eine große Herausforderung darstelle. „Als Customer Process Partner optimieren wir die Kundenwertschöpfungskette unserer Auftraggeber“, erläutert Heim. „Im direkten Dialog mit dem Kunden unterstützen wir beispielsweise Automobilhersteller und -händler dabei, die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe kennen zu lernen, Bestandskunden zu binden und neue hinzu zu gewinnen.“ Die Technologieregion Karlsruhe mit ihrer Nähe zu zahlreichen Automobilherstellern und -zulieferern sei hierfür ein idealer Standort, wie Heim erklärt.

Ob Call, Fax oder E-Mail, bei walter TeleMedienService werden alle Kommunikationsdaten und alle Kundenkontakte in einer Datenbank erfasst und CRM-relevant ausgewertet. Denn eine solide Kundendatenbank sei die Voraussetzung für einen effizienten Vertrieb, wie Heim erklärt: „Durch die Definition einer Kernzielgruppe und Scoring potenzieller Kunden erhalten wir einen sehr produktaffinen Adresspool. Rufen unsere Kundenbetreuer bei den ermittelten Personen an, beispielsweise um eine Probefahrt zu vereinbaren, können wir sicher sein, dass ein Grundinteresse besteht.“ Bei Bedarf unterstützt ein Außendienst-Team die Händler vor Ort,



PRESSEINFORMATION

damit eine umfassende Kundenbetreuung vom Interesse bis zum Kauf gewährleistet ist. „So wird der Kommunikationszyklus geschlossen“, erklärt Heim.