

**M. Grutzeck, A. Meyer, R. Ehlert**

# **Erfolg mit Telefonmarketing**

**So machen Sie Telefonmarketing  
professionell und effektiv**



**BusinessVillage**  
Update your Knowledge!

# Expertenwissen auf einen Klick



## **Gratis Download: MiniBooks – Wissen in Rekordzeit**

**MiniBooks** sind Zusammenfassungen ausgewählter BusinessVillage Bücher aus der Edition PRAXIS.WISSEN. Komprimiertes Know-how renommierter Experten – für das kleine Wissens-Update zwischendurch.

Wählen Sie aus mehr als zehn MiniBooks aus den Bereichen: **Erfolg & Karriere, Vertrieb & Verkaufen, Marketing und PR.**

➔ [www.BusinessVillage.de/Gratis](http://www.BusinessVillage.de/Gratis)



**BusinessVillage**  
Update your Knowledge!

# Verlag für die Wirtschaft

Markus Grutzeck  
Annemike Meyer, Robert Ehlert

## **Erfolg mit Telefonmarketing**

So machen Sie Telefonmarketing professionell und effektiv



**BusinessVillage**  
Update your Knowledge!



**Markus Grutzeck,  
Annemike Meyer, Robert Ehlert**

## **Copyrightvermerk**

Weitergabe ausdrücklich erlaubt!

Erfolg mit Telefonmarketing.

So machen Sie Telefonmarketing professionell und effektiv.

Göttingen: BusinessVillage, 2004

© BusinessVillage GmbH, Göttingen

## **Bezugs- und Verlagsanschrift**

BusinessVillage GmbH

Bahnhofsallee 1b

37081 Göttingen

Tel.: +49 (0)551 2099 100

Fax: +49 (0)551 2099 105

eMail: [info@businessvillage.de](mailto:info@businessvillage.de)

Web: [www.businessvillage.de](http://www.businessvillage.de)

## **Layout und Satz**

BusinessVillage GmbH



**BusinessVillage**  
Update your Knowledge!



**Teil 1: Markus Grutzeck: ‚Telefonmarketing-Kampagnen‘**

**1. Über den Autor** ..... 5

**2. „Kommunikativ verstopft“ oder „Wie verschaffe ich mir Gehör?“** ..... 6

**3. Zwei Beispiele für sinnvolle Kampagnen** ..... 9

    Mit weniger Mitarbeitern mehr verkaufen – Leadqualifizierung ..... 9

    Telefonmarketing als integrierter Bestandteil eines Dialogmarketingkreislaufs ..... 10

**4. Make or Buy – Eigenerbringung oder Fremdbezug?** ..... 13

**5. Buy: So gehen Sie bei der Planung eigener Maßnahmen vor** ..... 16

    Was gehört ins Briefing? ..... 16

    Auswahlkriterien für Dienstleister ..... 17

**6. Woran Sie bei einem eigenen Callcenter denken sollten** ..... 20

    Integration in Vertriebsprozess und Organisation ..... 20

    Mitarbeiter als wesentlicher Erfolgsfaktor ..... 20

    Aufbau von Technik ..... 21

**7. Literaturverzeichnis** ..... 23

**Teil 2: Annemike Meyer, Robert Ehlert: ‚Telefonmarketing‘**

**1. Über die Autoren** ..... 27

**2. Einleitung** ..... 28

**3. Das Telefongespräch** ..... 29

    Gesprächsvorbereitung ..... 29

    Der Telefonleitfaden ..... 30

    Der Unterschied zwischen Einwand und Vorwand ..... 33

    Die Alternativtechnik ..... 35

**Teil 3: Callcenter**

1. Callcenter (alphabetisch) ..... 41

2. Callcenter (nach Schwerpunkten) ..... 44

3. Callcenterprofile im Detail ..... 47

**Teil 1:**  
**„Telefonmarketing-Kampagnen“**  
**von Markus Grutzeck**



## 1. Über den Autor



Markus Grutzeck ist verheiratet und hat drei Kinder. Als Geschäftsführer leitet er die Grutzeck-Software GmbH. Das Unternehmen beschäftigt sich mit flexibel anpassbarer Standardsoftware für die Anwendungsgebiete Adressmanagement, operatives CRM,

Direkt- und Telefonmarketing. In dieser Beratungstätigkeit betreut Markus Grutzeck sowohl Einzelkämpfer (wie z.B. Handelsvertreter) als auch Konzerne wie Airbus. Dabei ist die Software immer nur Mittel zum Zweck und kann allenfalls die Prozessoptimierung unterstützen. Denn Technik birgt in sich keinen Erfolgsfaktor. Ändern sich strategische Ziele und daraus abgeleitete Prozesse nicht, wird mit neuer Technik lediglich der Ist-Zustand elektrifiziert.

Sein Rüstzeug erhielt Markus Grutzeck an der Justus-Liebig-Universität in Gießen, wo er Wirtschaftswissenschaften mit den Schwerpunkten Organisation/Führung/Personal, Marketing sowie Wirtschaftsinformatik studierte. Bereits als Student sammelte der Autor erste Erfahrungen im Direktvertrieb durch einen Bürostuhlhandel.

Seine Vertriebserfahrungen sammelte Markus Grutzeck Anfang der 90er Jahre im IT-Umfeld. Praxisorientierte Software führte zwar zu beständigem Unternehmenswachstum, aber der volle Nutzen konnte sich für die Käufer selten entfalten. Die Veränderungsbereitschaft von Prozessen fehlte. Diese Erkenntnis führte zu zahlreichen Veröffentlichungen des Autors in einschlägigen Fachzeitschriften wie Callcenterprofi, TeleTalk, Direkt-Marketing, Praxisletter Mailing, Funkschau u.a. Parallel hielt Markus Grutzeck Vorträge auf Kongressen zu den Themen "Stolpersteine bei der Einführung von CRM-Software", „Informationsmanagement“, „Mailing und Telefon als Vertriebswerkzeuge“, „Grundlagen des Database Marketing“, „Auswahlkriterien für Callcentersoftware“, uvm.

Als Co-Autor hat Markus Grutzeck einige technik- und prozessorientierte Kapitel zu dem Buch „Callcenter extern – Make or Buy von Callcenterleistungen“ von Jens Möller beigesteuert.

Bei der Beratung zum Aufbau neuer Callcenter oder kleiner Telefonmarketingabteilungen stellte der Autor fest, dass es ein breites Spektrum an spezialisierten Fachbüchern gibt. Aber ein praxisorientiertes Kompendium, das dem Laien einen raschen Einblick in die Möglichkeiten des Telefonmarketings gibt, fehlt bislang auf dem deutschsprachigen Markt. Diese Lücke möchte Markus Grutzeck mit dem vorliegenden Werk schließen.

Den Autor erreichen Sie per eMail:  
[Markus.Grutzeck@grutzeck.de](mailto:Markus.Grutzeck@grutzeck.de).

Weitere Fachartikel, und Vorträge und Downloadmöglichkeiten der Checklisten finden Sie unter [www.grutzeck.de](http://www.grutzeck.de).

## 2. „Kommunikativ verstopft“ oder „Wie verschaffe ich mir Gehör?“

**Reizüberflutung stumpft die Menschen ab. Welche Kommunikationswege gibt es? Wie erfolgreich sind diese im Dialog?**

Klassische Medien, wie Anzeigen oder Radio- und TV-Spots, bieten keine unmittelbare Dialogmöglichkeit und prallen an uns ab. Diese Art von Werbung drängt in Situationen auf uns ein, wo wir überhaupt nicht aufnahmebereit sind.

Hand aufs Herz: Können Sie sich an eine der Werbungen erinnern, die heute auf Sie eingeströmt sind? Ich bin vor kurzem in eine telefonische Kundenbefragung geraten, in der ich nach einer bestimmten Anzeige eines Computerherstellers in Fachzeitschriften gefragt wurde. Sicherlich lese ich diese Zeitschriften regelmäßig, aber ich nehme Anzeigen als solche nicht mehr wahr.

Die folgende Übersicht gibt einen groben Überblick in verschiedene Kommunikations- und Werbewege. Dabei sehen Sie, in welchem Einsatzgebiet und für welche Zielgruppe sich welcher Kommunikationsweg eignet sowie wo die Vor- oder Nachteile liegen.

Kommunikationsmittel \ Kriterium	Anwendung	Geeignete Produkte/ Dienstleistungen
<b>Besuch</b>	Meist durch Mailing / Telefon vorbereitet;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erklärungsbedürftige Angebote, hochpreisige Produkte,</li> <li>• klar definierte kleine Zielgruppe, da Vertriebsmitarbeiter pro Tag max. 4-7 Besuche schafft;</li> <li>• Branchen: z.B. Investitionsgüter, Maschinen- und Anlagenbau, Finanzdienstleistungen;</li> </ul>
<b>Brief, Fax, Email</b>	Gleichzeitige Information an eine potenzielle homogene Zielgruppe, z.B. Interessenten;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wenn Kaufkraft, Bedarf und Kaufgewohnheiten einer Zielgruppe bekannt sind;</li> <li>• Große Zielgruppen, die schnell erschlossen werden sollen;</li> <li>• Produkte mit hoher Gewinnspanne</li> <li>• Branchen: Verlage, Finanzdienstleistungen;</li> </ul>
<b>Empfehlung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Problem: Verkäufer &lt;-&gt; Käufer Misstrauen des Käufers dem Verkäufer gegenüber (Wen man nicht kennt, dem vertraut man nicht. Und wem man nicht vertraut, mit dem macht man keine Geschäfte);</li> <li>• Bestehende Kunden werden zur Neukundenakquise aktiviert durch Prämien etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angebote, die vom Kunden Vertrauensvorschuss erfordern;</li> <li>• Hochpreisige Angebote, die langen Entscheidungsprozess bedingen.</li> <li>• Bei schlechtem Image;</li> <li>• Austauschbare Angebote;</li> <li>• Branchen: Finanzdienstleistungen, Immobilien, Bau, Dienstleistungen;</li> </ul>
<b>Telefonmarketing</b>	Neben persönlichem Besuch direkteste und verbindlichste Form der Kundenansprache;	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekannte Unternehmungen mit positivem Image;</li> <li>• Wenig erklärungsbedürftige Produkte;</li> <li>• Homogene Zielgruppe, weil Telefonagent sich einfach auf Bedürfnisse der Zielgruppe einstellen kann;</li> </ul>

<b>Internet</b>	<p>Stark eingegrenzte Zielgruppe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• männlich,</li> <li>• gut gebildet,</li> <li>• hohes Einkommen;</li> </ul> <p>Werbemöglichkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigene Homepage mit Bestellmöglichkeit,</li> <li>• Produktangebote in Shopping-Malls, virtuellen Messen,</li> <li>• Versenden von Emails an Interessentenadresse;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angebote mit hohem Informationsinteresse, da der Nutzer die Initiative ergreifen muss;</li> <li>• Unternehmen, die vornehmlich an junge Menschen mit guter Ausbildung verkaufen;</li> <li>• Innovative Produkte, die im Internet auf großes Interesse der Zielgruppe treffen;</li> </ul>
<b>Anzeigen, Werbespots</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Klassische Medien (Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Fernsehen) steigern Bekanntheit und Image;</li> <li>• klassische Medien mit Direkt-Marketing-Komponenten koppeln, z.B. Tip-on-Cards (aufgeklebte Responsekarten auf Anzeigen), Antwortcoupons oder Telefon-Nr. in Werbespot (DRTV);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Angebote, die auf breites Interesse stoßen;</li> <li>• Angebote für klar definierte Zielgruppe, z.B. Bäcker mit Ladengeschäft;</li> <li>• Angebote, die vom Kunden Vertrauensvorschuß erfordern, da positives Image aufgebaut wird;</li> <li>• Wenig erklärungsbedürftige Produkte, da in Anzeige nur begrenzt Platz zur Argumentation;</li> <li>• Branchen: Konsumgüter, Banken, Versicherungen;</li> </ul>
<b>Messen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neukundenakquise laut Befragung durch Ausstellungs- und Messeausschuss (AUMA);</li> <li>• Abschlüsse nur durch konsequentes Follow-Up erzielbar. Verkauft wird auf der Messe letztendlich nur der Präsentationstermin vor Ort;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anbieter von Produkten mit fest etablierten Messen, z.B. CeBIT;</li> <li>• Verkäufer, die keine Hemmung haben, fremde Leute anzusprechen Business-to-Business-Angebote;</li> </ul>

<b>Kommunikationsmittel</b>	<b>Kriterium</b>	<b>Vorteile</b>	<b>Nachteile</b>
<b>Besuch</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Argumentation individuell auf Kunden abgestimmt, Prospekte sofort überreichbar;</li> <li>• Einsatz sämtlicher Überzeugungsmittel, z.B. Rhetorik, Körpersprache;</li> <li>• Direkte Beeinflussung möglich;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohe Kosten (Fahrzeit, Vorbereitung, Warten);</li> <li>• Hemmschwelle;</li> </ul>
<b>Brief, Fax, Email</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konkurrenz kann Umfang und Häufigkeit der Werbeaktionen nicht verfolgen;</li> <li>• Ausgezeichnete Testmöglichkeiten über Scoringverfahren. Somit Reduzierung der Streuverluste einfach gestaltbar über Standardtextverarbeitung;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Starke Konkurrenz im Briefkasten bzw. am Schreibtisch;</li> <li>• Hohe Wegwerfquote;</li> <li>• Keine Rückkoppelung oder direkte Bestellannahme möglich, verzögerte Reaktion;</li> <li>• Kontaktaufnahme nur mit Personen, deren Adressen zu Werbezwecken zur Verfügung stehen;</li> <li>• Mailing per Fax, Email an Privatleute ohne vorherige Zustimmung verboten;</li> <li>• Im Business-to-Business-Bereich zumindest konkludente Zustimmung notwendig;</li> </ul>

<b>Empfehlung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empfehlungen bilden guten Gesprächseinstieg beim Kunden;</li> <li>• Potenzielle Kunden können bereits vorqualifiziert werden;</li> <li>• Kundenbindung steigt;</li> </ul>	Hoher Aufwand, da bestehende Kunden motiviert werden müssen;
<b>Telefonmarketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direktes Feedback vom Kunden;</li> <li>• Relativ niedrige Kontaktkosten;</li> <li>• Aktion von heute auf Morgen veränderbar;</li> <li>• Sehr gut geeignet, um Adressen zu qualifizieren;</li> </ul>	Rechtliche Beschränkungen: Keine Privatpersonen oder Unternehmungen (ohne Geschäftsbeziehung) ohne vorherige Genehmigung, die z.B. durch ein vorgeschaltetes Mailing eingeholt werden kann; Unaufgeforderte Anrufe werden oft als Eindringen in Privatsphäre empfunden;
<b>Internet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geringe variable Kosten;</li> <li>• Aufgrund Interaktivität kann Angebot auf Interessen des Nutzers abgestimmt werden;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hohe Einstiegskosten für Programmierung und Pflege der Homepage;</li> <li>• Unsichere Zahlungen übers Internet;</li> <li>• Nur bestimmte Zielgruppen erreichbar;</li> </ul>
<b>Anzeigen, Werbespots</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Große Auswahl an Werbeträgern, dadurch genaue Zielgruppenansprache möglich;</li> <li>• Quasi nebenbei steigt Bekanntheitsgrad der Unternehmung;</li> <li>• Niedrige Kontaktkosten, betrachtet man den 1000er-Kontaktpreis;</li> <li>• Kontaktaufnahme auch mit Personen, deren Adresse oder Tel.-Nr. für Werbezwecke nicht zur Verfügung steht;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niedrige Beachtungschance;</li> <li>• Geringe prozentuale Response;</li> <li>• Geringe Flexibilität aufgrund langer Vorlaufzeit;</li> <li>• Öffentliche Werbung: Auch Konkurrenz erfährt Werbebotschaft;</li> <li>• Limitierte Testmöglichkeiten: Außer bei Beilagenschaltung muss immer die Gesamtauflage belegt werden;</li> <li>• Hohe Streuverluste, z.B. bei Fernsehen oder Rundfunk;</li> </ul>
<b>Messen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunde geht auf die Messe, um sich über Angebote zu informieren, ist also aufgeschlossen;</li> <li>• Unternehmung hat Heimspiel, da Interessent zum Stand kommt;</li> <li>• Messebesucher sind häufig Entscheider;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selektieren von echten Interessenten und Prospektsammlern ist schwierig;</li> <li>• Interessent kann Angebot direkt mit Konkurrenz vergleichen;</li> <li>• Wenig geeignet für Dienstleister;</li> </ul>

Abbildung 1: Verschiedene Kommunikationswege im Vergleich

Dialogmarketing hingegen ist auf Kommunikation angelegt. Ein Mailing fordert direkt dazu auf, das Antwortfax auszufüllen und zu reagieren. Aber das Mailing bietet nur eine verzögerte Kommunikationsmöglichkeit.

Diese Möglichkeiten bietet nur das persönliche Gespräch. Jeden potenziellen Interessenten persönlich zu besuchen, ist finanziell sicher nicht darstellbar. Aber Telefonmarketing birgt genau diese persönliche direkte Dialogmöglichkeit. Und das ist Ihre Chance, mit dem Kunden direkt ins Geschäft zu kommen.

### 3. Zwei Beispiele für sinnvolle Kampagnen

Telefonmarketing lässt sich in den verschiedensten Bereichen sinnvoll einsetzen. Exemplarisch werden nachfolgend zwei Beispiele vorgestellt.

#### Mit weniger Mitarbeitern mehr verkaufen – Leadqualifizierung

<b>Branche:</b>	Maschinenbau
<b>Problem:</b>	Abschlussquote aus Leads zu gering
<b>Lösungsansätze:</b>	Mehr Vertriebsmitarbeiter, um Leads zu bearbeiten oder Telefonmarketing zur Leadqualifizierung

Vertriebsleiter Meyer war unglücklich. Die Absatzzahlen hinkten weit hinter den Zielvorgaben her. Prämien für Vertriebsfolge zur Erhöhung der Motivation der Außendienstmitarbeiter führten nicht zu mehr Erfolg. Im Vertriebsmeeting stellte sich heraus, dass jeder der vier Außendienstmitarbeiter wirklich viele Besuche machte, aber dass zeitlich einfach nicht mehr möglich war.

Herr Meyer stand jetzt vor der Frage, einen weiteren Vertriebsmitarbeiter für den Außendienst einzustellen, oder alternativ die Qualität der Besuche zu erhöhen. Ein weiterer Außendienstmitarbeiter hätte jährliche Personalkosten in Höhe von ca. € 70.000 zzgl. Firmenwagen, Laptop und sonstiger Ausstattungen für diesen Arbeitsplatz bedeutet.

Auf der Suche nach anderen Möglichkeiten, die Qualität der Termine zu erhöhen, beauftragte Herr Meyer ein externes Callcenter, die im Innendienst eingehenden Anfragen telefonisch zu qualifizieren. Das Callcenter erfragte:

- Die genauen Kontaktdaten des Entscheiders.  
(Denn oftmals wurden Anfragen von Sekretärinnen oder Praktikanten gestellt.)
- Den exakten Lösungsbedarf: Damit konnte der Außendienstler sofort sehen, ob das die Kernkompetenz des Unternehmens oder eher ein Randbereich war, in

dem starke Wettbewerber zumeist den Abschluss beim Kunden gewannen.

- Den geplanten Investitionszeitpunkt: Somit konnten Interessenten bereits nach dem ersten telefonischen Kontakt in die Kategorien

1. sofortiger Bedarf,
2. Bedarf in 6-12 Monaten und
3. späterer Bedarf

eingeteilt werden.

Man vereinbarte zunächst einen Test mit 500 Leads, um Erfahrungen zu sammeln. Das Callcenter berechnete pro qualifiziertem Lead € 15. Somit ergaben sich in der Testphase Kosten in Höhe von € 7.500.

Die vier Außendienstmitarbeiter konzentrierten ihre Termine auf Anfragen, die exakt in ihrem Lösungsportfolio lagen. Das erhöhte die Auftragswahrscheinlichkeiten. Es wurden nur Termine mit Entscheidern vereinbart, die in den nächsten sechs Monaten investieren wollten.

Gegenüber der Investition in einen weiteren Außendienstmitarbeiter sparte Hr. Meyer in der Zusammenarbeit mit dem Callcenter Geld und erhöhte die Leistungsfähigkeit seiner bestehenden Vertriebsmannschaft. Durch die Zusammenarbeit mit dem externen Callcenter wurden keine weiteren Fixkosten geschaffen, sondern variable Kosten in Höhe der eingehenden Anfragen.

## Telefonmarketing als integrierter Bestandteil eines Dialogmarketingkreislaufs

**Isolierte Telefonmarketingaktionen bringen kurzfristigen Erfolg. Richtig sinnvoll wird Telefonmarketing, wenn das Telefon als ein Kommunikationskanal in den gesamten Vertriebsprozess eingebunden wird.**

Telefonmarketing, isoliert gesehen, ist nicht die Wunderwaffe, die Ihren Vertrieb und Service schlagartig nach vorne katapultiert. Erst im Mix mit anderen Kommunikationskanälen und für die geeigneten Aufgabenstellungen eingesetzt, ergibt sich insgesamt eine nachhaltige Stärkung Ihres Unternehmens.

In den vorangegangenen Kapiteln haben Sie einige Einsatzmöglichkeiten für Telefonmarketing kennengelernt. Lassen Sie uns nun den Bogen etwas weiterspannen und schauen, wie Telefonmarketing im Gesamtvertriebsprozess eingebunden werden kann.

Um potenziellen Interessenten Ihre Produkte und Dienstleistungen verkaufen zu können, benötigen Sie ein möglichst genaues Bild des Interessenten. Anhand welcher Kriterien bestimmen Sie Ihre potenziellen Interessenten? Für einen Händler von Telefonanlagen sind z.B. Einträge auf Adress-CDs mit Durchwahlnummern ein gutes Indiz, dass es sich bei dieser Adresse um ein Unternehmen mit einer Telefonanlage handeln muss. Das kann die Basis für eine Akquisetätigkeit sein. Da Kaltanrufe verboten sind, entscheidet sich der Händler für ein Mailing, in dem er seine Beratungsdienstleistungen zur Senkung der Kommunikationskosten vorstellt. Als Faxantwort fragt er ab, welche Telefonanlage aktuell genutzt wird und wann diese angeschafft worden ist. So gewinnt er ein weiteres neues Merkmal zum Kundenprofil hinzu. Einen kompletten Fragebogen hätte der Kunde zu diesem Zeitpunkt wohl kaum ausgefüllt.

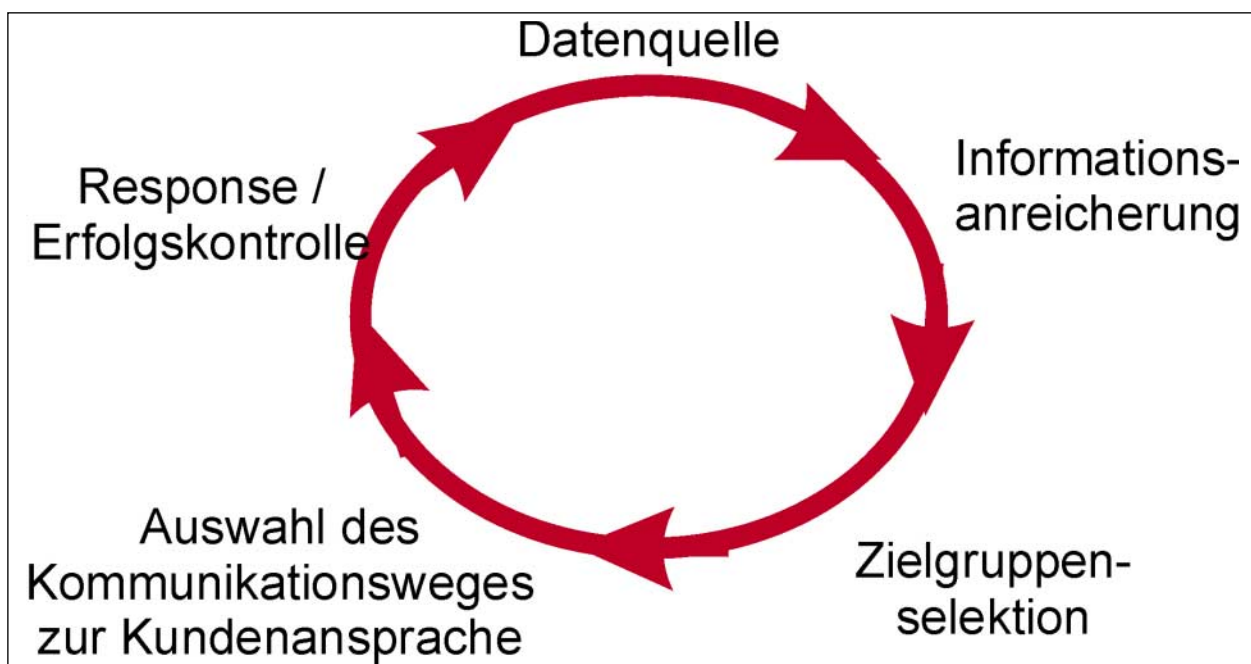


Abbildung 2: Kreislauf des Direktmarketings

Auf Basis der Rückläufer pickt sich der Vertriebsmitarbeiter die Adressen heraus, die alte Telefonanlagen des Herstellers S. nutzen. Die Telefonanlagen des Herstellers S. aus diesem Baujahr gelten als wenig flexibel und sehr fehleranfällig. In diesen Punkten ist das Produktangebot des Vertriebsmitarbeiters deutlich überlegen.

Diese Adressen ruft der Händler an. Denn die Interessenten haben durch das Abschicken der Faxantwort zumindest konkludent ihr Einverständnis zur Kontaktaufnahme erklärt. Durch das Telefonat klärt der Händler den konkreten Bedarf ab. Besteht Interesse an einer Alternative zur bisherigen Telefonanlage? Wie möchte der Kunde weiterbehandelt werden? Zunächst Informationen, ein Angebot, oder lieber gleich die persönliche Beratung vor Ort?

Wünscht der Interessent zunächst Informationsmaterial, sendet der Händler zielgerichtet Informationen und legt sich zugleich eine telefonische Wiedervorlage. Aus diesem Telefonat ergeben sich folgende Ergebnisse: Entweder hat der Kunde kein Interesse, er wünscht ein Angebot oder eine Beratung in Form eines persönlichen Gesprächs oder die Investition wird auf einen späteren Zeitpunkt verschoben. So können Sie den Vertriebsprozess in Form eines Ablaufdiagramms darstellen. Dargestellt werden die einzelnen Aktionen und mögliche Reaktionen sowie die gewählten Kommunikationsmittel (siehe Abbildung 4 auf Seite 12).

Teilen Sie nun den Vertriebsprozess in verschiedene Vertriebsstufen ein, haben Sie ein wirkungsvolles Instrument zur Vertriebssteuerung.

#### Beispiel:

Stufe:	Vertriebsstatus
1	Potenzial Adresse
2	Qualifizierter Lead
3	Infos angefordert
4	Termin: Beratungsgespräch
5	Angebot
6	Auftrag: Kunde geworden
SB	Späterer Bedarf
KI	Kein Interesse

Abbildung 3: Vertriebsstatus

**Fazit: Das Telefon entfaltet seine volle Wirkung als dialogorientierter Kommunikationskanal als eine Bearbeitungsstufe innerhalb des gesamten Vertriebsprozesses. Insbesondere beim Nachfassen von versendeten Informationen oder Angeboten ist das Telefon das ideale Medium.**

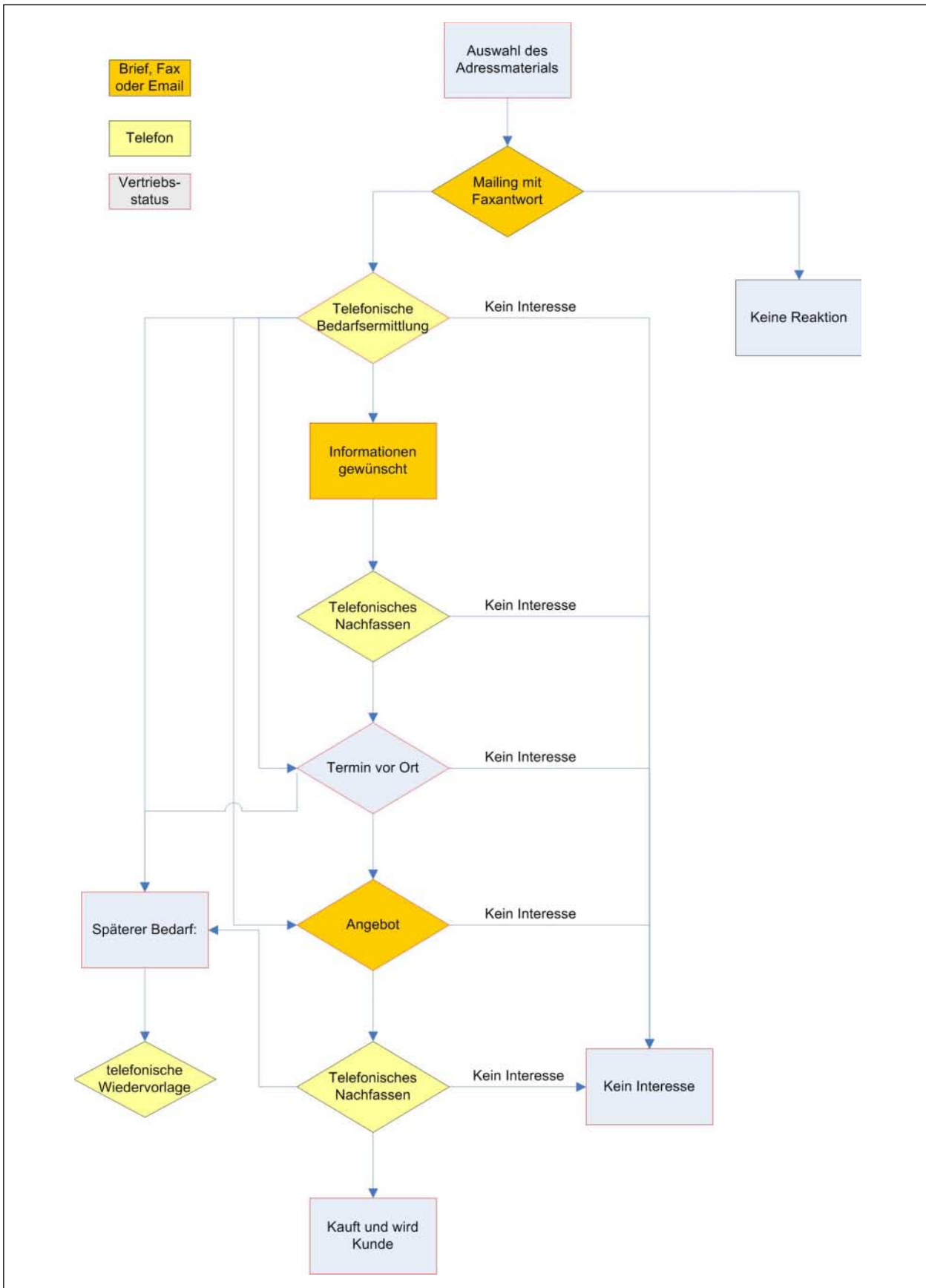


Abbildung 4: Exemplarischer Vertriebsprozess am Beispiel eines Telefonanlagenfachhandels

## 4. Make or Buy – Eigenerbringung oder Fremdbezug?

Wenn Sie sich für Telefonmarketing zur Kundenansprache oder Unterstützung Ihres Service entscheiden, stellt sich die Frage: Eigenerbringung oder Fremdbezug? Hier lernen Sie Entscheidungskriterien kennen, die anhand ihrer konkreten Aufgabe helfen, die richtige Entscheidung zu treffen.

Wenn Sie überzeugt sind, dass Telefonmarketing Ihr Unternehmen nachhaltig stärkt, stellt sich die Frage, ob Sie diese Dienstleistung selbst erbringen oder von einem externen Dienstleister beziehen wollen.

Diese Entscheidung lässt sich nicht losgelöst von der konkreten Aufgabenstellung treffen. Nachfolgend finden Sie eine strukturierte Übersicht über einen Ablaufprozess der Entscheidung (siehe Abbildung 5).

**Weitere wichtige Entscheidungskriterien: Know-How, Technologie, Personal, Organisation, Zeit, Qualität und Geld.**

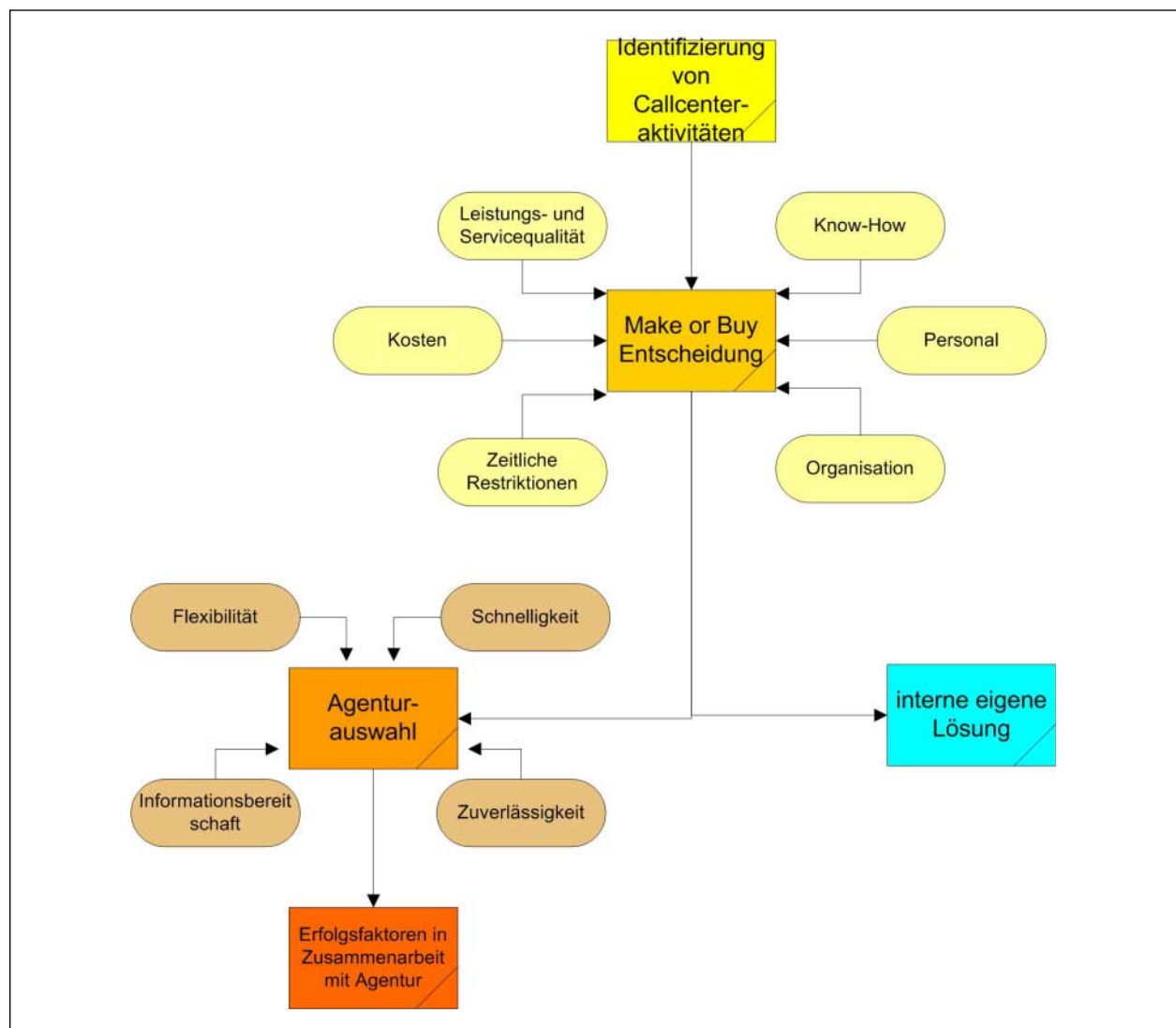


Abbildung 5: Entscheidungsprozess: Make or Buy

Für die Make-or-Buy-Entscheidung sind im Wesentlichen sechs Kriterien von Bedeutung, auf die im Folgenden näher eingegangen wird:

### **Know-How-Vorsprung externer Dienstleister**

Der externe Dienstleister kennt seine Kosten genau. Dem Unternehmen selbst sind zu Beginn aber die eigenen Kosten für den Aufbau eines eigenen Callcenters oftmals nicht bekannt.

### **Know-How und Technologie**

Beim Outsourcing wird das Risiko der Veralterung der eingesetzten Infrastruktur und des Know-Hows auf den Dienstleister übertragen.

### **Personal**

Dienstleister verfügen bereits über kommunikativ gut ausgebildete Mitarbeiter, die nicht durch Betriebsblindheit „geschädigt“ sind. Interne Mitarbeiter verfügen hingegen oftmals über mehr Fachkompetenz und einen höheren Grad der Identifikation mit dem eigenen Unternehmen.

### **Organisation**

Die Organisation wird durch einen externen Dienstleister komplexer, da eine weitere Schnittstelle entsteht. Eine enge Zusammenarbeit mit dem Dienstleister ist für den gemeinsamen Erfolg aber unumgänglich..

### **Zeitliche Restriktionen**

In der Regel lassen sich Callcenterleistungen extern schneller erbringen, als wenn diese komplett neu im eigenen Unternehmen aufgebaut werden müssen. Der Dienstleister verfügt über eine betriebsbereite Infrastruktur und Personal. Beides muss das eigene Unternehmen zunächst aufbauen.

Zeitlich befristete Aktionen, wie z.B. besondere Telefonaktionen zur Unterstützung einer Messe, lassen sich durch einen Dienstleister einfacher und schneller abwickeln.

### **Leistungs- und Servicequalität**

Da sich der externe Dienstleister auf Callcenterleistungen spezialisiert hat, liegen die Erfahrungsvorteile klar auf Seiten des Dienstleisters. Die Agenten sind kommunikativ trainiert. Das Projektmanagement hat sehr viel Erfahrung. All das muss bei einem unternehmensinternen Callcenter zunächst aufgebaut werden. Zu beachten ist, dass aber auch fachlich die Qualität des Dienstleisters mindestens auf dem Niveau des eigenen Unternehmens sein muss. Gerade kleinere Callcenter weisen oft einen starken Branchenfokus auf, sodass hier auch entsprechende Fachkompetenz beim Personal des Dienstleisters vorhanden ist.

### **Kosten**

Die Kosten sollten zunächst Restriktion in Form des zur Verfügung stehenden Budgets darstellen und nicht der alles dominierende Entscheidungsfaktor. Für den Dienstleister sprechen Fixkostenvorteile, da Fixkosten für die Infrastruktur beispielsweise auf viele Auftraggeber umgelegt werden können.

### **Wie sieht das konkret in Ihrem Fall aus?**

<b>Aufgabenbeschreibung Telefonmarketing:</b>		
<b>Entscheidungskriterien</b>	<b>Make</b>	<b>Buy</b>
<b>Know-How: und Technik:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verfügen Sie über das Wissen, wie eine Telefonmarketingaktion geplant und durchgeführt wird?</li> <li>• Steht die entsprechende Technik zur Verfügung?</li> </ul>	<input type="checkbox"/> Ja  <input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nein  <input type="checkbox"/> Nein
<b>Personal:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Haben Sie Mitarbeiter, die kommunikativ ausgebildet sind und zeitlich auch über entsprechende freie Ressourcen verfügen?</li> </ul>	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nein
<b>Organisation:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sind die internen Abläufe im Vertrieb geklärt? Woher kommen die Adressen? Wer bekommt die Ergebnisse? Wie werden diese weiterverarbeitet?</li> </ul>		
<b>Zeitliche Restriktionen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ist diese Telefonmarketingaktion regelmäßig wiederkehrend?</li> <li>• Muss die Aktion kurzfristig (z.B. innerhalb von 4 Wochen) durchgeführt werden?</li> </ul>	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	<input type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/> Ja
<b>Leistung- und Servicequalität:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ist für die Aufgabenerfüllung eine hohe fachliche Kompetenz notwendig?</li> </ul>	<input type="checkbox"/> Ja	<input type="checkbox"/> Nein
<b>Kosten:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welches Budget steht für die geplante Aktion zur Verfügung?</li> </ul>		

Abbildung 6: Checkliste Make-or-Buy

## 5. Buy: So gehen Sie bei der Planung eigener Maßnahmen vor

---

**Ergibt sich in Ihrer Situation unter obigen Gesichtspunkten die Entscheidung des Fremdbezugs, beginnt der Auswahlprozess des geeigneten Dienstleisters. Dazu stehen Ihnen in Deutschland mehr als 2.000 Callcenter zur Verfügung. Damit Sie das für Sie geeignete Callcenter finden, müssen Sie klare Vorstellungen haben, welche Dienstleistungen ein externes Callcenter für Sie innerhalb welcher Zeit erbringen soll. Je klarer Sie Ihre eigenen Bedürfnisse formulieren, umso eher werden Sie konkrete und vergleichbare Angebote von Dienstleistern erhalten.**

---

### Was gehört ins Briefing?

---

**Bevor Sie sich auf die Suche nach einem geeigneten Dienstleister machen, ist es wichtig, genau zu wissen, was Sie mit Ihrer Aufgabe im Telefonmarketing machen wollen.**

---

Zunächst benötigen Sie eine genaue Projektbeschreibung. Darin enthalten sind die Ziele der Telefonmarketingaktion.

Beschreiben Sie die Hauptaufgaben, die der Dienstleister übernehmen soll. Beziffern Sie die Anzahl der zu erwartenden bzw. zu tätigen Anrufe und idealerweise die durchschnittliche Gesprächsdauer. Damit kann der Dienstleister den Personalaufwand kalkulieren.

Setzt die Aufgabe besondere Fähigkeiten der Agenten voraus? Ist spezielles Fachwissen notwendig? Für eine Adressqualifizierung genügen kommunikative Fähigkeiten. Soll der Dienstleister hingegen Ihre technische Hotline betreiben, benötigen die Agenten spezielles technisches Know-How.

Definieren Sie, welchen Qualitätsstandard Sie voraussetzen und wie Sie diesen kontrollieren wollen.

In welchem Zeitrahmen ist die Aktion durchzuführen? Handelt es sich um eine begrenzte Nachfabaktion für ein Messemailing oder geht es um die permanente Qualifizierung von Leads?

Sind spezielle technische Anforderungen wichtig? Sind bestimmte Kommunikationskanäle zu bedienen?

Im Outbound müssen Sie klären, ob das Adressmaterial von Ihnen oder vom Dienstleister gestellt werden soll. Wie viele Adressen sollen abgearbeitet werden? Was soll mit doppelten oder veralteten bzw. unvollständigen Adressen geschehen? Sollen diese Adressen qualifiziert werden oder fallen diese Adressen aus der Kampagne heraus? Was passiert mit Adressen, deren Telefon-Nr. nicht mehr stimmt? Der genaue Fragenkatalog muss von Ihnen vorgegeben werden. Soll ein Vortest mit einer begrenzten Anzahl Adressen durchgeführt werden?

Im Inbound ist das Anrufvolumen und die durchschnittliche Gesprächsdauer von großer Bedeutung. Haben Sie Zielvorstellungen, wie viel Anrufer innerhalb welcher Zeit entgegen genommen werden sollen? Planen Sie spezielle Marketingaktionen, z.B. TV-Spots, sodass die Anzahl der Anrufer kurzzeitig dramatisch ansteigen kann? Soll die Agentur eine Service-Nummer bereitstellen (wenn ja welche: 0800, 01805, 0190) oder verfügen Sie bereits über eine Servicenummer? Soll die Anrufannahme persönlich oder durch einen Sprachcomputer (IVR) erfolgen?

In Ihr Unternehmen gerichtet, prüfen Sie bitte die Schnittstellen zu Ihren Abläufen und Mitarbeitern. Welche Auswirkung wird die Dienstleistung des externen Callcenters auf Ihre Organisation haben? Vereinbart das Callcenter jetzt die Termine für Ihre Außendienstmitarbeiter, sollten

Sie Ihre Vertriebsmitarbeiter frühzeitig einbinden. Sonst erzeugen Sie eine Abwehrhaltung.

Sie sehen: jetzt müssen Sie Ihre Kampagne sehr genau spezifizieren. Je genauer Sie das im Vorfeld machen, umso leichter wird Ihnen später der Vergleich der Angebote der Dienstleister fallen. Denn nur bei detailliertem Briefing der Agenturen können Sie vergleichbare Angebote erwarten.

Realistisch sollten Sie in etwa folgende Zeiten für die einzelnen Phasen einkalkulieren (siehe Abbildung 7):

### Auswahlkriterien für Dienstleister

Mit der nachfolgenden Checkliste können Sie unterschiedliche Dienstleister beurteilen.

Ihr Gesamteindruck entscheidet. Wenn Sie nicht unter Zeitdruck sind und ein gewisses Volumen haben, machen Sie einen Praxistest mit einer kleinen Adressmenge mit den drei Callcentern in der engsten Wahl. Für ein Pilotprojekt kommen die Dienstleister Ihnen oft preislich entgegen.

Wochen	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Formulierung der Zielsetzung - Briefing	■	■								
Erstellen und Versand der Unterlagen für die Angebotseinholung			■							
Analyse der Angebote				■	■					
Besichtigung der engeren Auswahl an Callcentern						■				
Auftragserteilung							■			
Erstellung des Kommunikationskonzepts zusammen mit dem Callcenterdienstleister							■	■		
Übergabe des Adressmaterials								■	■	
Produktpräsentation durch den Auftraggeber									■	
Training des Teams									■	
Geplanter Start der Kampagne										■

Abbildung 7: Zeitlicher Ablauf der Zusammenarbeit mit dem Callcenterdienstleister

Handelt es sich um ein Inboundprojekt, dann rufen Sie das Callcenter doch einfach mal an. Werden Sie freundlich empfangen und kompetent beraten? Erreicht Sie das versprochene Informationsmaterial zeitnah und vollständig?

Fordern Sie nun konkrete Angebote von den Callcentern an, die in der engsten Auswahl stehen.

<b>Allgemeine Angaben:</b>	
• Gründungsdatum	
• Standorte	
• Kooperationspartner	
• Umsatz im vergangenen Jahr	
<b>Referenzen:</b>	
• Kunden mit ähnlicher Aufgabenstellung oder Branchenfokus	
• Kunden mit ähnlicher Aufgabenstellung oder Branchenfokus	
• Verbandsmitgliedschaften	
• Kernkompetenzen	
<b>Dienstleistungsspektrum:</b>	
• Angebotene Dienstleistungen	
• Servicegrad/Servicelevel	
• Monatliches Aufkommen Inbound: (Welche Aufgabenstellungen, z.B. Hotline, Gewinnspiel, ...?)	
• Monatliches Aufkommen Outbound: (Welche Aufgabenstellungen, z.B. Kundenbefragung, Terminvereinbarung, ...?)	
• Welche Kommunikationsleistungen können erbracht werden und sind für Ihre Aufgabenstellung notwendig?	
• Stehen Fullfillmentleistungen für den Info- oder Warenversand zur Verfügung (sofern für Ihre konkrete Aufgabenstellung notwendig)?	
• Eigenes IT Team?	
<b>Technik:</b>	
• EDV-Ausstattung	
• Telefonanlage	
• Automatische Anrufverteilung für Inboundaufgaben (ACD)	
• CTI (Direkte Anwahl aus dem PC, welche Art von Dialer)	
• Reportingtools	

<b>Personal:</b>	
• Anzahl der Mitarbeiter	
• Können Sie alle Mitarbeiter des Teams, das für Sie arbeiten soll, persönlich kennen lernen?	
• Personalauswahlkriterien	
• Ausbildungsniveau, Art der Weiterbildung, wie häufig, Dauer	
• Fluktuationsrate	
• Art der Leistungsmessung	
• Verhältnis von Vollzeit- und Teilzeitkräften	
<b>Qualitätssicherung:</b>	
• Welche Maßnahmen, z.B. können Sie selbst mithören, Mytery Calls, Coaching, Art und Ablauf von Schulungsmaßnahmen	
<b>Reporting:</b>	
• Beispiele von Statistiken und Reports für Ihren Anwendungsfall	
• Daten aus ACD, Callcentersoftware	
• Wie ist ein „Nettokontakt“ definiert?	
• Was wird unter „Gesprächszeit“ verstanden?	

## 6. Woran Sie bei einem eigenen Callcenter denken sollten

Hat sich hingegen der Aufbau eines eigenen internen Callcenters als die für Sie richtige Entscheidung herausgestellt, empfiehlt es sich, einen im Callcenterbereich erfahrenen Berater mit ins Boot zu nehmen. Das spart einerseits teures Lehrgeld und hilft auch, in überschaubarer Zeit zum Erfolg zu kommen. Denn Technik, Organisation, Personal und Umfeld bilden die Grundlagen für ein erfolgreiches eigenes Callcenter. Oft kommt bei der Implementierung ein Punkt zu kurz und stellt den Gesamterfolg des Projektes in Frage.

### Integration in Vertriebsprozess und Organisation

---

**Für den Erfolg eines internen Callcenters ist die Einbettung in die bestehenden Prozesse außerordentlich wichtig.**

---

Gehen wir zurück zum Beispiel des Fachhändlers für Telefonmarketing. Neu soll hier Telefonmarketing genutzt werden, um die Kundenzufriedenheit nach der Auslieferung einer neuen Telefonanlage sicherzustellen und zu messen. Der Installateur muss die Information an das Callcenter liefern, dass er beim Kunden die Telefonanlage Y installiert hat und der Kunde in zwei Wochen bezüglich der Kundenzufriedenheit angerufen werden kann.

Wenn das Callcenter den Kunden anruft, sollen etwaige Probleme und Fragen erfasst werden. Gegebenenfalls muss ein Eskalationsprozess ausgelöst und der Installateur informiert werden. Wenn ähnliche Fragestellungen und Probleme immer wiederkehren, ist gegebenenfalls die Bedienungsanleitung zu überarbeiten.

Überlegen Sie deswegen vor dem Start des Telefonmarketings, wer in Ihrem Unternehmen welche Ergebnisse eines Telefonates erhalten sollte und welche Reaktionen oder Folgeaktivitäten diese Ergebnisse auslösen werden.

### Mitarbeiter als wesentlicher Erfolgsfaktor

---

**Viele Projektleiter begehen den Fehler, den Schwerpunkt auf die technische Ausstattung des Callcenters zu legen. Doch Service wird nicht von Maschinen geschaffen, sondern von Menschen.**

---

Wenn Sie ein internes Callcenter aufbauen, stellt sich die Frage, ob Sie extern neues Personal rekrutieren oder intern Mitarbeiter kommunikativ weiterbilden. Das hängt von den für Ihre Aufgabe im Telefonmarketing notwendigen Kompetenzen ab.

Ein anderer Punkt ist die Einbindung der durch die Ergebnisse des Telefonmarketings betroffenen Mitarbeiter. Ein großes Möbelhaus mit mehreren Niederlassungen verfügt über einen speziellen Firmenkundenservice. Bislang haben die Kundenberater ihre Termine selbst vereinbart. Jetzt übernimmt eine zentrale Telefonmarketingabteilung die Terminvereinbarung. Aufgrund fehlender Rückkoppelungen vereinbart das Callcenter viel mehr Termine, als die Kundenberater überhaupt neben anderen administrativen Aufgaben wahrnehmen können. Die Kundenberater verweigern die Zusammenarbeit.

Solche Probleme vermeiden Sie, in dem Sie die Zuständigkeiten und Änderungen in Abläufen frühzeitig kommunizieren und Schnittstellen innerhalb der Organisation anpassen.

## Aufbau von Technik

---

**Technik kann die Arbeit im Callcenter wesentlich vereinfachen. Bedenken Sie jedoch Ihre konkrete Aufgabenstellung und investieren Sie nicht in Technik, die nicht Ihre primären Ziele unterstützt.**

---

Sie können jederzeit sofort mit Papier, Bleistift und einem Telefon mit Telefonmarketing beginnen. Von daher sind die technischen Initialisierungskosten gering. Das Personal wird aber ineffektiv eingesetzt.

### 1. Automatische Anwahl: CTI (= Computer Telefonie Integration):

Wählen die Mitarbeiter per Hand, vergeht viel Zeit bis die Nummer ins Telefon eingegeben ist. Fehler in der Eingabe sind vorprogrammiert. Mit der direkten automatisierten Anwahl aus dem Computer beschleunigen Sie den Anwahlvorgang dramatisch. In der Praxis konnten wir durch Einsatz einer Callcentersoftware mit Powerdialer die Anwahlversuche um mehr als 40% steigern – wohlgermerkt bei gleichzeitiger Qualitätssteigerung um 20%!

### 2. Automatisches Wiedervorlagemanagement:

Leider erreichen Sie nicht immer beim ersten Anwahlversuch den gewünschten Entscheider. Die Zielperson ist z.B. in einer Besprechung und erst in zwei Stunden wieder erreichbar.

Arbeiten Sie auf Papier, benötigen Sie viele Papierstapel, damit jede Wiedervorlage auch zum gewünschten Zeitpunkt wieder angewählt werden kann. Durch CTI lässt sich dies komplett automatisieren. Achten Sie darauf, dass die eingesetzte CTI oder Callcentersoftware Ihre Wiedervorlagewünsche flexibel abbilden kann. So ist es z.B. sinnvoll, dass besetzte Leitungen von der Callcentersoftware in einem kürzeren Intervall wieder angerufen werden, während nicht erreichte Gesprächspartner (keine Verbindung) z.B. erst in einem Tag plus drei Stunden wieder angerufen werden.

Nach dem x-Anwahlversuchen sollte die Adresse automatisch als „telefonisch nicht erreichbar“ markiert und nicht weiter angerufen werden. Ansonsten telefonieren Sie weiterhin Adressen ab, die telefonisch extrem schwierig erreichbar sind.

### 3. Callcentersoftware:

Erfahrungsgemäß werden Fragebögen auf Papier oft nur zu 80 % ausgefüllt. Aufgrund fehlender Plausibilitätsprüfungen sind die Angaben häufig nicht valide. Hier hilft Callcentersoftware, die über eine Datenbank verfügt, in der die Kontaktdaten sowie Ergebnisdaten direkt erfasst werden können.

Ein Gesprächsleitfaden unterstützt den Agenten in der Gesprächsführung. Für das Gespräch relevante Informationen werden situationsgerecht zur Gesprächsunterstützung angeboten. Fragen lassen sich für neue Mitarbeiter vorformulieren. Abhängig von der Ergebniseingabe kann eine Plausibilitätsprüfung erfolgen. So lässt sich z.B. direkt die eingegebene Bankverbindung auf Gültigkeit überprüfen und der Bankname anhand der angegebenen Bankleitzahl ermittelt. Ist die Bankverbindung korrekt eingegeben worden, bedankt sich der Agent und schließt die Bestellung ab (siehe Abbildung 8). Damit steigern Sie die Qualität Ihrer Daten ganz wesentlich. Voraussetzung zur problemlosen Datenerfassung während des Telefonates ist ein Headset (Kopfhörer mit Mikrophone), sodass die Mitarbeiter beide Hände zur Dateneingabe am PC frei haben.

Callcentersoftware verfügt oftmals über Funktionen, die Ihnen das Leben wesentlich erleichtert. So lassen sich z.B. Adressen automatisch phonetisch auf Dubletten prüfen. Damit verhindern Sie, dass Sie einen Kunden innerhalb einer Kampagne mehrmals anrufen. Das spart Kosten und bewahrt vor verstimmtten Kunden. Das Follow-Up nach einem Telefonat lässt sich direkt erledigen. So kann z.B. ein Dokument in Word erzeugt, gedruckt oder versendet werden. Damit erhält der Gesprächspartner sofort seine Terminbestätigung nebst dem gewünschten Informationsmaterial. Prüfen Sie also anhand Ihrer konkreten Aufgabenstellung im

Telefonmarketing, welche Callcentersoftware für Sie den optimalsten Funktionsumfang bietet.

Prüfen Sie das Zugriffsrechtssystem, um dem Datenschutz Genüge zu tun. Können Agenten nur die Daten bearbeiten, zu denen Sie im Rahmen des Projektes den Zugang benötigen? Sind Funktionen zur Entwendung, Vernichtung von Daten gesperrt, z.B. Export oder Löschen von Datensätzen? Für das Controlling der Kampagne und Beurteilung der Mitarbeiter sind Analysen und Statistiken eine wertvolle Hilfe. Welche Möglichkeiten bietet die Callcentersoftware für Ihre konkrete Aufgabenstellung?

#### 4. Telefone und Telefonanlage

Damit die Callcenter- bzw. CTI-Software direkt aus dem PC heraus telefonieren kann, muss die Software über eine Standard-CTI-Schnittstelle das Telefon (1st-Party) oder die Telefonanlage (3rd-Party) steuern können. Mit der TAPI-Schnittstelle verfügen viele

Telefone bzw. Telefonanlagen über eine Schnittstelle, die von vielen Softwareanwendungen genutzt werden. Eine Übersicht, wie die TAPI-Schnittstelle funktioniert und welche Telefone oder Telefonanlage über einen TAPI-Treiber verfügen, finden Sie unter [http://www.grutzeck.de/service/tapi\\_main.htm](http://www.grutzeck.de/service/tapi_main.htm).

#### 5. Umwelt

Oft vernachlässigt wird die Raumgestaltung. Wenn viele Leute in einem Raum permanent telefonieren, entsteht ein gewisser Geräuschpegel. Lärmschluckende Trennwände sorgen hier für Abhilfe. Abgetrennte Schreibtische fördern die Konzentration der Agenten auf das Gespräch. Hier gibt es eine ganze Reihe von Anbietern, die sich speziell auf die Gestaltung der Umwelt in Callcentern spezialisiert haben. Ein unverbindliches Beratungsgespräch hilft, Schwachstellen zu identifizieren.

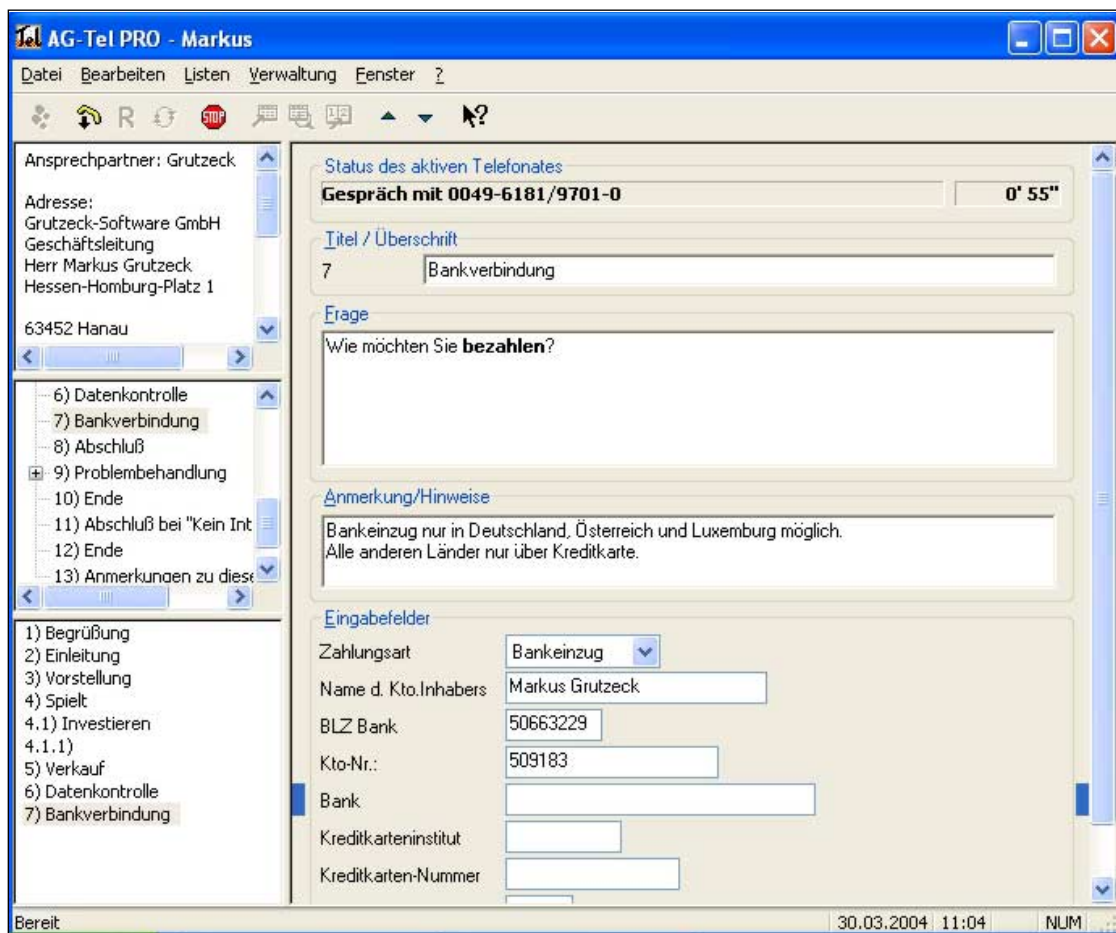


Abbildung 8: Beispielhafter Gesprächsleitfaden der Callcentersoftware **AG-Call-Center-Suite**

## 7. Literaturverzeichnis

### Recht im Telefonmarketing:

- BDSG 2001  
Auswirkungen auf das Direktmarketing: Grundsätze,  
Pflichten, Praxisbeispiele, Gesetzestexte.  
Deutscher Direktmarketing Verband e.V.  
<http://www.ddv.de>
- <http://www.datenschutz.de>

### Make-or-Buy:

- [www.callcenterextern.de](http://www.callcenterextern.de)  
Call Center Extern.  
von Jens Möller, erschienen im Verlag Deutscher Wirtschaftsdienst.
- Auswahl eines Callcenter-Dienstleisters  
Deutscher Direktmarketing Verband e.V.  
<http://www.ddv.de>

### Allgemein:

- [www.ddv.de](http://www.ddv.de)  
Deutscher Direktmarketing Verband e.V.  
Zahlreiche Materialien.
- [www.call-center-forum.de](http://www.call-center-forum.de)  
Interessenverband von Callcenterbetreibern
- [www.callcenterstammtisch.de](http://www.callcenterstammtisch.de)  
Community von Callcenterprofessionals. Regionale  
Stammtischtreffen.

### Zeitschriften:

- Call Center Profi  
Gabler-Verlag, Wiesbaden.  
<http://www.callcenterprofi.de>
- CCJournal  
Mack-Cross-Media  
<http://www.ccjournal.at>
- TeleTalk  
Telepublic-Verlag, Hannover  
<http://www.teletalk.de>

# Telefonmarketing-Kampagnen:

## Konzipieren - ausschreiben - durchführen



Markus Grutzeck  
Telefonmarketing-Kampagnen  
BusinessVillage 2004  
50 Seiten, zahlr. Abb.  
ISBN 3-934424-64-3

eBook EB-563: € 14,80  
Buch PB-563: € 21,80

Der Praxisleitfaden gibt einen Überblick über die Grundlagen des Telefonmarketings. Anhand einer Abgrenzung zwischen verschiedenen Kommunikationskanälen werden Vor- und Nachteile des Telefonmarketings erläutert. Anhand von Fallbeispielen wird untersucht, wie sich Telefonmarketing sinnvoll in Einzelaktionen einsetzen lässt oder als integrierter Teil einer gesamten Verkaufsstrategie aufgefasst werden kann.

Nachdem der Leser erfahren hat, in welchen Anwendungsgebieten sich Telefonmarketing einsetzen lässt, stellt sich die Frage, ob das Telefonmarketing intern oder durch einen externen Dienstleister ausgeführt werden soll. Anhand praktischer Bewertungskriterien findet der Leser zu einer Einschätzung der eigenen Situation.

**FAX-Bestellung**  
**+49 (551) 2099 105**

Hiermit bestelle ich versandkostenfrei:

\_\_ Exemplare eBook

\_\_ Exemplare Buch

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Name

\_\_\_\_\_  
Vorname

\_\_\_\_\_  
Straße

\_\_\_\_\_  
PLZ

\_\_\_\_\_  
Ort

\_\_\_\_\_  
eMail

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

Oder senden Sie Ihre Bestellung an: BusinessVillage GmbH, Bahnhofsallee 1b, 37081 Göttingen

**Teil 2:**  
**,Telefonmarketing‘**  
**von Annemike Meyer, Robert Ehlert**



## 1. Über die Autoren



**Annemike Meyer** studierte an der Georg-August-Universität in Göttingen Publizistik, Wirtschafts- und Sozialpsychologie und Europäische Ethnologie. Als Journalistin arbeitete sie im privaten und öffentlich-rechtlichen Hörfunk, im Bereich Dokumentarfilm sowie bei

diversen Print- und Onlinemedien. Zurzeit ist sie u. a. als Pressereferentin und Redakteurin im Verlagsbereich sowie als Hörfunkjournalistin tätig. Darüber hinaus ist sie Autorin zahlreicher Fachartikel und Praxisleitfäden, u. a. „Professionelle Pressearbeit – Praxisleitfaden für Einsteiger“.

### Kontaktdaten der Autorin:

Sie erreichen Annemike Meyer unter:

am@businessvillage.de

Für Anfragen, Beratung, Aufträge oder Seminare können Sie mich jederzeit gerne kontaktieren, entweder per eMail (siehe oben) oder telefonisch über den Verlag BusinessVillage.

BusinessVillage GmbH  
Bahnhofsallee 1b  
37081 Göttingen

Telefon: +49 (0) 551 2099 100  
Telefax: + 49 (0) 551 2099 105



**Robert Ehlert**, Jahrgang 1964, ist gefragter Berater und Coach von namhaften Call Centern und Telefonmarketingagenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Sein besonderes Augenmerk legt er dabei auf Praxisnähe und vermittelt mit manchmal ungewöhnlichen

Methoden praktische Tipps, die im Anschluss von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern am Telefon direkt umgesetzt werden können.

Bevor Robert Ehlert seinen Weg zum Erfolgstrainer und Berater eingeschlagen hat, war er gleich nach seiner Ausbildung zum Industriekaufmann 12 Jahre lang als Gründer und Leiter eines international tätigen Unternehmens für Umwelttechnik erfolgreich. Als einer der ersten im Markt führte er das firmeninterne Call-Center zur professionellen Vermarktung von Ersatzteilen ein.

Die Beratungs- und Trainingsfirma „Die Lustarbeiter ... umdenken garantiert“ gründete er 1995 als Antwort auf die steigende Nachfrage seiner damaligen Kunden, Lieferanten und Geschäftspartner nach speziellem Vertriebs- und Call-Center Know How. Heute steht der Name „Die Lustarbeiter“ für Entwicklung und Einführung innovativer Ideen in Vertrieb und Marketing, erfolgreiches Call-Center-Management und Training sowie systematische Personal- und Organisationsentwicklung in den unterschiedlichsten Branchen. Die Lustarbeiter – der Name ist Programm.

## 2. Einleitung

Angesichts zunehmend gesättigter Märkte und eines immer stärker werdenden Wettbewerbs sind in fast jeder Branche verstärkte Vertriebsanstrengungen notwendig, um beim Kunden Gehör zu finden. Dabei sind Wettbewerbsvorteile wie Service und Marktnähe von entscheidender Bedeutung, ebenso wie ein fundiertes Wissen um die Wünsche und Bedürfnisse der eigenen Zielgruppe.

Eine gute Möglichkeit, diesen Anforderungen gerecht zu werden, ist das Telefonmarketing. Telefonmarketing ist – richtig eingesetzt – ebenso effektiv wie kostengünstig und ermöglicht Ihnen die direkte Interaktion mit Ihrer Wunschzielgruppe. Am Telefon, in direktem Kontakt mit einem potenziellen Kunden, haben Sie eine sehr gute Chance, sich „Gehör zu verschaffen“. Die Kommunikation per Telefon bietet Ihnen die Möglichkeit, speziell auf den jeweiligen Gesprächspartner einzugehen, ihm ein maßgeschneidertes Angebot zu unterbreiten, eventuelle Einwände zu entkräften, weitere Termine zu vereinbaren und Ihre Zusatzinformationen über diesen Kunden zu erweitern.

Neben dem persönlichen Besuch ist Telefonmarketing die direkteste und verbindlichste Form der Kundenansprache. Die Vorteile von Telefonmarketing gegenüber anderen Werbe- und Vertriebsmöglichkeiten sind das direkte Feedback des Kunden sowie die relativ niedrigen Kontaktkosten. Dazu kommt, dass geplante Aktionen zeitnah von heute auf morgen geändert und optimiert werden können, wenn unvorhergesehene Umstände dies nötig machen sollten oder wenn sich der gewünschte Erfolg nicht einstellt. Außerdem ist Telefonmarketing sehr gut geeignet, um Adressen zu qualifizieren.

Für ein erfolgreiches Telefonmarketing brauchen Sie eigentlich nur drei „Werkzeuge“: Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung, ein Telefon und den festen Willen, ab sofort Ihre Umsätze zu stabilisieren, neue Umsätze zu generieren und Ihre Adressdatenbank immer auf dem neuesten Stand zu halten.

Doch gutes, erfolgreiches Marketing mit dem Telfon funktioniert nicht von allein. Es bedarf guter Vorbereitung und ausgefeilter Gesprächsstrategien, um beim Kunden einen guten Eindruck zu hinterlassen und das gewünschte Ziel zu erreichen. Das nötige Hintergrundwissen für ein erfolgreiches und gewinnbringendes Telefonmarketing vermittelt Ihnen kompakt, prägnant und anschaulich der Praxisleitfaden: „Telefonmarketing – So machen Sie mehr Umsatz am Telefon“ von Annemike Meyer und Robert Ehlert. Hier ein Auszug:

### 3. Das Telefongespräch

Für den Griff zum Telefonhörer sollten Sie gut vorbereitet sein. Doch keine Angst – das Wichtigste beim Telefonieren ist das Tun, die Intuition, das Gefühl. Je klarer Ihre Absicht für Sie selbst ist, desto einfacher und klarer ist auch Ihr Handeln. Sie müssen also nicht monatelang Bücher studieren um Gesprächstechniken und –strategien zu lernen, sondern Sie müssen in erster Linie mögliche Ängste abbauen und lernen, möglichst entspannt und überzeugt in die Gesprächssituation zu gehen. Manchmal ist es besser, mehr zu wagen und weniger zu studieren. Aber ein bisschen Vorbereitung ist natürlich trotzdem nötig, wichtig und hilft Ihnen, mit einem guten Gefühl zum Hörer zu greifen.

#### Gesprächsvorbereitung

Professionelle Telefonexperten bereiten sich detailliert auf einen Anruf vor, weil sie wissen, dass 50% des Erfolgs von der richtigen Strategie abhängt. Sie sammeln akribisch Informationen über ihren Gesprächspartner, sein Unternehmen, seine Wünsche und Bedürfnisse usw., um möglichst passgenau argumentieren zu können.

Wie aufwändig Ihre eigene Gesprächsvorbereitung ist, hängt zum einen von Ihrem Anliegen, zum anderen von den für Sie verfügbaren Informationen ab. Wenn Sie zum Beispiel eine völlig neue Kampagne planen, benötigen Sie mehr Vorbereitung, als wenn Sie innerhalb einer laufenden Aktion einen neuen Kunden gewinnen wollen. Egal, zu welchem Zweck Sie telefonieren: Nehmen Sie sich grundsätzlich vorher Zeit, um Ihre Strategie zu planen. Diese Zeit ist gut investiert, erspart Sie Ihnen doch viel Ärger im Verlauf Ihrer Kampagne. Durch eine gute strategische Planung erhöhen Sie die Wahrscheinlichkeit, durch Ihr Telefonmarketing das angestrebte Ziel auch zu erreichen. Folgende Punkte sollten Sie daher bereits im Vorfeld Ihrer Telefonaktion bedenken:

#### Zieldefinition

Sie werden in einem Verkaufsgespräch nie alle Ziele erreichen, die Sie sich vorgenommen haben – das gilt umso stärker für ein Telefongespräch. Daher ist eine starke Zielfokussierung wichtig, damit Sie sich innerlich voll darauf konzentrieren können, was Sie erreichen wollen, welches Ziel für Sie das wichtigste ist. Nur wenn Sie wissen, was Sie wollen, können Sie auch entsprechend zielgerichtet und überzeugend argumentieren.

#### Innerhalb eines Telefongesprächs kann es viele Ziele geben:

- Sympathie erwecken
- Informationen geben
- Informationen über den Kunden erhalten
- Interesse wecken
- Dem Gesprächspartner Wertschätzung und Respekt vermitteln
- Einen Termin vereinbaren
- Zustimmung bewirken
- Das eigene Anliegen verdeutlichen
- Eine Beziehung herstellen
- Empathie zeigen
- Die Wünsche und Sehnsüchte des Kunden erfragen
- Kaufbedürfnisse wecken
- Den Kunden zu einem Abschluss bewegen
- usw.

Natürlich liegt es auf der Hand, dass Sie nicht an alle diese Dinge gleichzeitig denken und sie beachten können. Überfordern Sie sich also nicht, indem Sie sich vornehmen: „Heute mache ich aber wirklich mal alles richtig!“ Das klappt sowieso nicht. Im Gegenteil, Sie verkrampfen sich und wirken gezwungen. Entspannen Sie sich also lieber gleich, denn in der Begegnung mit einem anderen Menschen gibt es streng genommen kein „falsch“. Je lockerer, gelassener, freundlicher Sie sich selbst fühlen, desto stärker wirken Sie auch so auf Ihren Gesprächspartner. Statt mit schweißfeuchten Händen den Hörer zu umklammern und panisch auf Ihren Gesprächsleitfaden

zu starren, können Sie sich auch einfach denken: „Ich telefoniere jetzt mit einem netten, entgegenkommenden, interessanten und freundlichen Menschen, den ich als potenziellen Partner/Freund/Kunden betrachte.“

Ihre Einstellung überträgt sich auf den Gesprächspartner – Ihre eigene innere Haltung ist also ganz wesentlich dafür, wie entspannt und erfolgreich das Gespräch für Sie verlaufen wird!

Je mehr Sicherheit Sie nach und nach bei der „Begegnung am Telefon“ entwickeln, desto stärker können Sie dann auf Details, auf den „Feinschliff“ achten und so Schritt für Schritt Ihre Gesprächsstrategie veredeln. Aber setzen Sie sich bitte auch dabei leicht erreichbare Teilziele. Erweitern Sie Ihre Telefonkompetenz schrittweise. Üben Sie z.B. im nächsten Gespräch, Ihr Gegenüber mit seinem Namen anzusprechen. Achten Sie in den folgenden Telefonaten stärker darauf, den Nutzen Ihres Angebots für den Kunden möglichst anschaulich und lebhaft darzustellen.

Doch verlieren Sie bei aller Verfeinerung der Kundenansprache nicht den Blick fürs Wesentliche. Bevor Sie zum Hörer greifen, müssen Sie sich klarmachen, was Ihr Hauptziel ist! Was wollen Sie genau erreichen? Soll Ihr Gesprächspartner etwas für Sie tun? Möchten Sie, dass er Informationsmaterial anfordert? Oder wollen Sie gerne einen persönlichen Termin bekommen? Wollen Sie eine neue Beziehung aufbauen oder soll Ihr Gesprächspartner etwas Bestimmtes glauben oder wollen?

Nur wenn Sie sich Ihres Ziels/Ihrer Ziele sehr sicher sind, können Sie eine geeignete Strategie entwickeln, um dieses Ziel auch zu erreichen. Sie werden vielleicht überrascht sein, was Sie alles von anderen bekommen können, wenn Sie einfach ganz konkret danach fragen. Die folgenden Fragen sollen Ihnen helfen, sich eine möglichst genaue Vorstellung davon zu verschaffen, was Sie eigentlich wollen. Formulieren Sie Ihre Ziele schriftlich aus!

#### **Fragen:**

- Was ist das Hauptziel Ihres Anrufs?

- Welche Inhalte möchten Sie vermitteln? (Mein Produkt, meine Dienstleistung, Nutzen, Vorteile, ...)
- Was soll Ihr Gesprächspartner tun? (Termin vereinbaren, kaufen, Katalog anfordern, ...)
- Welche Qualität von Beziehung möchten Sie herstellen? (partnerschaftlich, freundschaftlich, distanziert, businesslike, nah, ...)
- Welche Emotionen wollen Sie wecken? (Neugier, Interesse, Begeisterung, ...)

### **Der Telefonleitfaden**

Ein Telefonleitfaden ist quasi Ihr Wegweiser in steinigem Gelände. Er hilft Ihnen, schwierige Gesprächssituationen zu meistern, Ihr Ziel nicht aus den Augen zu verlieren und souverän aufzutreten. Je mehr Routine Sie am Telefon entwickeln, desto freier können Sie den Leitfaden handhaben. Grundsätzlich werden Sie jedoch immer von der Erstellung eines Telefonleitfadens profitieren können, denn indem Sie sich Gedanken über Ihre Ziele, Schritte und Strategien machen, richten Sie sich schon innerlich auf das Gespräch ein und haben die einzelnen Gesprächskomponenten automatisch verfügbar. Mit dem guten Gefühl, zu wissen was Sie wollen und es auch vermitteln zu können, können Sie dann entspannt und zuversichtlich zum Hörer greifen.

#### **Ein Telefonleitfaden sollte folgende Punkte beinhalten:**

- Ihr Anliegen
- Eine überzeugende Nutzenargumentation
- Eine wirkungsvolle Einwandargumentation
- Eine Handlungsaufforderung
- Das gewünschte Ergebnis

Teilen Sie das Telefonat in sieben Schritte auf und formulieren Sie schriftlich, wie Sie Ihr Gegenüber durch die einzelnen Phasen führen wollen.

1. Positiver Gesprächseinstieg
2. Kurzpräsentation
3. Aktivierungsfragen
4. Nutzen-Argumentation
5. Einwandbehandlung

6. Ergebnisaktivierung

7. Zusammenfassen der Ergebnisse

„Guten Morgen Frau ..., hier ist die TEMA GmbH, Hans Rufer.“

### Der (positive) Gesprächseinstieg am Telefon

Eine Gesprächseröffnung am Telefon ist kurz, knapp und entscheidend. Als Anrufer haben Sie etwa 10-20 Sekunden, die Sie nutzen können, um Vertrauen zu gewinnen und die Basis für Erfolg oder Misserfolg des nachfolgenden Gesprächs zu legen. In den ersten Sekunden des Telefonkontaktes entscheidet Ihr Gesprächspartner bereits bewusst oder unbewusst, ob er Ihnen die Tür vor der Nase zuknallt oder Ihnen gestattet einzutreten.

Ihr wichtigstes Kommunikationsmittel am Telefon ist Ihre Stimme und deren Einsatz. Wie Sie etwas sagen ist wichtiger, als was Sie sagen. Noch bevor Sie erste Informationen zu Ende formuliert haben, registriert Ihr Gesprächspartner am anderen Ende der Leitung Stimme und Tonfall: laut oder leise, freundlich und höflich oder unangenehm, frisch und moduliert oder monoton, engagiert oder gelangweilt, unsicher oder fest. Ihre eigene Stimmung überträgt sich auf den Gesprächspartner. Die Zuordnung in „sympathisch“ oder „unsympathisch“ erfolgt blitzschnell.

Gleichzeitig „scannt“ der Angerufene sowohl Gesprächspartner als auch Situation nach folgendem Fragenraster:

- Wer ist das?
- Was will er/sie?
- Ist das interessant oder wichtig für mich?

Grundlage und Voraussetzung für den Aufbau von Vertrauen ist immer die gegenseitige Identifizierung. Am Telefon fallen äußere, sichtbare Merkmale zur Identifikation weg. Die Namen der beiden Gesprächspartner werden damit zum wesentlichen Instrument, um einen persönlichen Kontakt herzustellen.

„Guten Tag, Lollipop Fabrik Mannheim, Färber am Apparat.“

oder:

Prägen Sie sich gegebenenfalls eine Formulierung ein, die Ihrem Gesprächspartner kurz und prägnant vermittelt, welches Unternehmen Sie vertreten.

„Wir sind ein international erfolgreiches Unternehmen, das hochspezialisierte Software für unsere Kunden weltweit entwickelt und vertreibt.“

„Das engagierte Entwicklungsteam unseres mittelständischen Unternehmens hat uns zum Branchenführer auf dem Gebiet der Werkzeug-Sonderanfertigungen gemacht.“

Also, nennen Sie den Namen Ihres Unternehmens, Ihren eigenen Namen und begrüßen Sie Ihren Ansprechpartner freundlich. Zeigen Sie Wertschätzung, erregen Sie Aufmerksamkeit, wecken Sie Interesse.

### Kurzpräsentation

Auch der nächste Satz muss gut überlegt sein, denn er muss endgültig das Interesse Ihres Gesprächspartners wecken und soll neugierig machen auf die Fortsetzung des Gesprächs. Zeigen Sie Ihrem Gesprächspartner, worum es geht und was er ganz persönlich davon hat, mit Ihnen zu sprechen:

### Gut geeignet ist z.B. eine Formulierung, mit der Sie:

- einen Vorteil oder Nutzen für Ihren Gesprächspartner herausstreichen,
- eine Tatsache eröffnen, die für Ihren Gesprächspartner so interessant ist, dass er mehr darüber erfahren will,
- erkennen lassen, dass Sie die besondere Aufgabenstellung Ihres Gesprächspartners nachvollziehen und eine Idee zur Lösung beisteuern können,
- Ihrem Gegenüber klar machen, was der Hauptvorteil Ihres Angebots ist.

**Zum Beispiel:**

„Wir haben für unsere Kunden einen extra Telefonservice eingerichtet, d.h. Sie können uns jederzeit bequem erreichen.“

Klarheit im Ausdruck und Offenheit sind weitere probate Türöffner:

„Ich rufe an, weil ich mit Ihnen ins Geschäft kommen will. Es geht um ... Wie sehen Sie das?/Wie ist in Ihrem Unternehmen die Meinung dazu?“

Mit der Frage nach der Einschätzung bzw. Meinung Ihres Gesprächspartners zu einem bestimmten Sachverhalt dokumentieren Sie Ihr echtes Interesse am Gegenüber. So gelingt es leichter, Kontakt herzustellen und eine tragfähige Beziehung aufzubauen. Aber Vorsicht – heucheln Sie nicht. Ihr Gesprächspartner spürt meistens sehr schnell, ob Sie wirklich interessiert sind und reagiert, indem er Ihnen Vertrauen schenkt oder entzieht. Reflektieren Sie besser schon vor dem Telefonat Ihre innere Einstellung zur Aufgabe und zum Gesprächspartner. Und wenn Sie sich auf Ihr Stilempfinden verlassen können, darf in der Einstiegsphase gerne auch eine persönliche Bemerkung einfließen:

„Sie klingen so gut gelaunt, läuft bei Ihnen alles nach Wunsch?“

„Schön, dass ich Sie erreiche, obwohl heute die Messe beginnt.“

„Sie scheinen wenig Zeit zu haben, ich mache es ganz kurz.“ (Bitte dieses Versprechen unbedingt einhalten, sonst haben Sie Vertrauen verspielt.)

Formulieren Sie charmant und in Ihrem persönlichen Stil, bleiben Sie wertschätzend und vermeiden Sie krampfhaft witzige Sprüche oder Indiskretionen. Auch mit wohl-dosierten Komplimenten können Sie für die erste Kontaktaufnahme eine angenehme Atmosphäre schaffen...

„Ich habe auf der Cebit von Ihnen gehört und möchte Sie gerne persönlich kennen lernen.“

...falls Sie mit Ihrem Anruf nicht auf eine vorangegangene Aktion Bezug nehmen können.

**Aktivierungsfragen**

Wenn Sie die Einstiegsphase erfolgreich gemeistert haben, d.h. wenn die Tür für Sie sinnbildlich aufgegangen ist, dann geht es darum, „bleiben“ zu dürfen und den neu aufgebauten Kontakt gut zu pflegen.

Wieder können Sie den Gesprächsverlauf positiv beeinflussen, indem Sie aktiv sind, d.h.

- Fragen stellen,
- aktiv zuhören,
- bewusst formulieren und auf die Sprache achten.

Bringen und halten Sie das Gespräch im Fluss mit einer der drei magischen Fragen nach der

- Einschätzung bzw. Beurteilung,
- Meinung oder
- Sichtweise

Ihres Gesprächspartners in Bezug auf einen bestimmten Sachverhalt oder ein bestimmtes Thema. Ihr Gesprächspartner wird sich ernst genommen fühlen, Ihr Interesse erkennen und Ihnen mit seiner Antwort wichtige Anknüpfungspunkte für den weiteren Gesprächsverlauf geben.

Stellen Sie Ihrem Gesprächspartner offene Fragen, die ihn anregen, mehr über sich, das Unternehmen oder die Ist-Situation zu sprechen. Besonders gern redet Ihr Gegenüber vermutlich über Erfolge oder Werte des Unternehmens, fragen Sie ihn also danach. Wenn eine vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre entstanden ist, können Sie weiterfragen nach möglichen Problemen oder Zielen:

„Welche Möglichkeiten zur Verbesserung sehen Sie zum Beispiel in der Produktion/der Logistikkette/im Call Center usw.?“

„Was wollen Sie im Bereich Neukundenakquise noch erreichen? Welche Abteilung soll verstärkt, welcher Geschäftsbereich ausgebaut werden?“

### **Nutzen-Argumentation konkret**

Stellen Sie dar, wie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung den Gesprächspartner bereichert. Bringen Sie anschauliche Beispiele aus der Lebenswelt Ihres Kunden. Schildern Sie ein gängiges Problem und bieten Sie eine Lösung dazu an. Sprechen Sie ein bestimmtes Ziel Ihres Gesprächspartners an und zeigen Sie ihm, wie er es mithilfe Ihres Produktes erreichen kann.

### **Einwandbehandlung**

Notieren Sie sich bereits in Ihrem Telefonleitfaden die wahrscheinlichsten Einwände und finden Sie wirksame Argumente, um diese zu entkräften. Am besten geht dies, indem Sie die dahinterstehenden Wünsche ansprechen. Sagt Ihr Gesprächspartner z.B.: „Das ist mir zu teuer!“, können Sie ihm konkret vorrechnen, wie viel er durch die Annahme Ihres Angebots sparen kann. Finden Sie für jeden nur denkbaren Einwand bereits im Vorfeld eine Argumentationsstrategie, um diesen zu entkräften. Es kann hilfreich sein, mögliche Einwände und Gegenargumente mit einer zweiten Person einmal durchzuspielen – Sie werden dann schneller herausfinden, wo Ihre Argumente vielleicht auf tönernen Füßen stehen oder welche Einwände Ihnen bisher nicht eingefallen sind.

### **Der Unterschied zwischen Einwand und Vorwand**

Nach der Gesprächseröffnung, die die Neugier des Kunden wecken soll, stößt der Anrufer nach seiner ersten offenen Frage in der Regel auf Widerstand. In den allerwenigsten Fällen wird ein Kunde sich an dieser Stelle freudig äußern und auf ein baldiges persönliches Kennenlernen oder einen sofortigen Vertragsabschluss drängen. Sondern, im Gegenteil, der Kunde wird kritische Fragen stellen. Diesen Fragen müssen Sie sich stellen, wenn Sie ihn überzeugen wollen. Die Taktik, möglichst viel selbst zu reden, um eventuelle Einwände „totzureden“, ist nicht zu empfehlen. Überrollen Sie den Kunden nicht, sondern

gehen Sie auf seine Bedenken ein – kompetent, sachlich, selbstsicher.

Die Einwandbehandlung ist sozusagen die Kür des Telefonmarketings. Hier ist nicht unstrukturiertes „Auf den Kunden einreden“ gefragt, sondern eine gezielte Gesprächsführung, die die Widerstände mit rhetorischer Finesse und psychologischem Gespür entkräftet. Auch ein Schuss Humor und ein gewisses Maß an Schlagfertigkeit sind bei der Einwandbehandlung von Vorteil.

### **Vorwand**

Denken Sie bei dem Begriff „Vorwand“ an eine Wand, die der Kunde während des Gesprächs zwischen sich und Ihnen aufbaut. Sie machen ihm ein interessantes Angebot und der Kunde „mauert“ sofort, indem er eine pauschale Zurückweisung äußert. Sie laufen mit Ihrem Angebot also im wahrsten Sinne des Wortes „vor die Wand.“ Vorwände kommen nicht am Ende des Telefonats zum Vorschein, sondern bereits am Anfang, und sie sind kaum zu entkräften, da es sich um eine pauschale, nicht wirklich auf Ihr Angebot bezogene Ablehnung handelt.

### **Die folgenden Kundenäußerungen sind als Vorwand zu werten:**

- Daran haben wir kein Interesse.
- Das kommt für uns nicht in Frage.
- Darüber möchte ich mich nicht weiter unterhalten.
- Damit sind wir bereits bestens versorgt.
- Bei uns besteht im Moment absolut kein Handlungsbedarf.

Doch auch Vorwände kann man entkräften. Auf die Aussage „Kein Interesse“ können Sie zum Beispiel mit höflicher Hartnäckigkeit reagieren – vielleicht ist der Gesprächspartner ja einfach nur schlecht gelaunt oder Sie haben einen ungünstigen Zeitpunkt erwischt. Sie können also zu einem späteren Zeitpunkt einfach noch einmal nachfragen.

Wenn Ihr Gesprächspartner sagt: „*Kein Interesse!*“, dann fragen Sie lieber nicht: „*Warum?*“ Damit provozieren Sie nur Aggressionen und ein gewisses Trotzverhalten im Sinne von: „*Warum?*– „*Darum!*“ Ihr Gegenüber will sich schließlich nicht rechtfertigen müssen!

Gehen Sie statt dessen lieber auf Ihren Gesprächspartner ein, versuchen Sie, seine Widerstände zu überwinden. Zum Beispiel, indem Sie sagen: „Es ist durchaus verständlich, dass Sie erst einmal wenig Interesse haben, Ihnen liegen ja noch nicht alle Details des Angebots vor und Ihr Interesse kann sicher erst dann geweckt werden, wenn Sie alle Vorzüge desselben kennen gelernt haben. Deswegen ist es ja auch sinnvoll, einen Termin ins Auge zu fassen.“

Patentrezepte für den Umgang mit Vorwänden zu geben, ist schwierig. Sie können lediglich versuchen herauszufinden, was „hinter der Wand“ liegt, um dann zu einer gezielten Problembehandlung überzugehen. Gerade in der Vorwandentkräftung ist ein hohes Maß an Empathie und verkäuferischer Sensibilität gefordert.

### **Einwand**

Hier hat der Kunde ganz konkret etwas an Ihrem Angebot auszusetzen, vielleicht ist diese Kritik noch kombiniert mit einem gewissen Argwohn. Während Sie bei einem Vorwand meist nur eine geringe Chance haben, Ihr Gegenüber für Ihr Angebot zu gewinnen, bietet ein Einwand immer auch einen konkreten Ansatzpunkt.

#### **Einwände können sein:**

- Für einen Termin habe ich gerade keine Zeit.
- Ich habe kein Geld für Investitionen.
- Schicken Sie mir bitte erst einmal schriftliche Unterlagen.
- Für diesen Bereich haben wir bereits einen Partner/Lieferanten.
- Sie sind zu teuer.
- Damit haben wir bereits schlechte Erfahrungen gemacht.
- Sie wollen mir doch nur etwas aufschwätzen.

Bei diesen Einwänden ist zu unterscheiden, ob es sich um eine Privatperson handelt oder um einen Geschäftskunden. In jedem Fall bieten Ihnen Einwände eine Vielzahl an Möglichkeiten, um zu reagieren und das Gespräch in Ihrem Sinne weiterzuführen. Sagt Ihr Gegenüber, dass er keine Zeit hat, können Sie einen Ersatztermin vereinbaren. Ganz Mutige können auch sagen: „Wenn der Zeitpunkt schlecht ist, werde ich mich ganz kurz fassen.“ (Bei nochmaligem Widerspruch sollten Sie allerdings sofort das Gespräch beenden und einen anderen Termin ausmachen.)

### **Ergebnisaktivierung**

Sie haben Ihr Gegenüber aus einem ganz bestimmten Grund angerufen, Sie haben im Vorfeld ein Ziel definiert. Dieses Ziel gilt es zu formulieren, wenn Sie zum gewünschten Ergebnis kommen wollen. Möchten Sie ein persönliches Gespräch, dann bieten Sie einen Termin an. Möchten Sie bestimmte Informationen haben, dann bitten Sie konkret darum. Soll Ihr Gesprächspartner handeln, dann fordern Sie ihn dazu auf.

### **Manifestation und Abschluss**

Beenden Sie das Gespräch, indem Sie die Ergebnisse für Ihren Gesprächspartner noch einmal zusammenfassen, quasi ein Resümee ziehen. Bedanken Sie sich unbedingt für das Gespräch und finden Sie einen positiven Abschlussatz – denn bei jedem Gespräch bleiben die letzten Sätze am stärksten im Gedächtnis haften!

Jedes Telefongespräch sollte also damit enden, dass man mit dem Gesprächspartner eine Übereinkunft über die nächste gemeinsame Aktion erreicht, z.B. ein weiteres Telefonat, einen Brief, einen Besuch, die Übermittlung weiterer Informationen usw. Natürlich kann auch die Vereinbarung eines persönlichen Termins als Abschluss gelten, wenn dies Ihr erklärtes Ziel war. Um einen Verkaufsabschluss aktiv herbeizuführen, gibt es verschiedene Abschlusstechniken, die Sie einsetzen können.

## Die Alternativtechnik

Wie bereits angesprochen, ist die Alternativtechnik eine Strategie, die dem Kunden zwei verschiedene Vorschläge unterbreitet, zwischen denen er wählen kann. Die dritte Variante – nämlich nicht zu kaufen – wird damit einfach ausgeschlossen. Statt zu fragen: „Sollen wir Ihnen davon fünfzig Stück schicken?“ fragen Sie: „Sollen wir Ihnen davon fünfzig oder hundert Stück schicken?“ Viele Kunden entscheiden sich dann für eine der beiden angebotenen Alternativen. Trotzdem sollte diese „Überumplungs-Taktik“ mit Fingerspitzengefühl eingesetzt werden – sie verfängt nicht bei jedem Kunden. Sie können damit auch ablehnende Reaktionen im Sinne von „*Ich habe mich doch noch gar nicht entschieden, ob ich überhaupt bei Ihnen kaufen will...*“ provozieren.

## Ja-Rhythmus

Aktivieren Sie den Ja-Rhythmus des Kunden, indem Sie ihm viele Fragen stellen, die er höchstwahrscheinlich mit „Ja“ beantworten wird. Dann stellen Sie ihm Ihre Abschlussfrage, deren erwünschte Antwort ebenfalls ein Ja ist.

## Zum Beispiel:

- Wollen Sie herausragenden Service?
- Wollen Sie eine gute Qualität?
- Wollen Sie einen kompetenten Partner?
- Wenn ich Ihnen das alles biete – kommen wir dann ins Geschäft?

## Kundenfragen umwandeln

Die Bedürfnisse der Kunden zeigen sich häufig bereits an deren Fragen. Verpacken Sie diese kommunizierten Wünsche entsprechend in Ihren Fragen nach dem Auftrag.

Kundenfragen wie: „*Liefere Sie auch am Wochenende?*“, „*Kann ich das auch wieder umtauschen?*“, „*Montieren Sie das bei mir zu Hause?*“ etc. können Sie gut abschlussreif umwandeln.

## Für einen guten Gesprächsabschluss sollten Sie:

- den Inhalt des Gesprächs nochmals kurz (!) zusammenfassen,
- aus Sicht des Gesprächspartners formulieren,
- den konkreten Verbleib formulieren und
- sich freundlich und positiv verabschieden.

## Konkret könnten Sie z.B. sagen:

- Wir haben Folgendes besprochen...
- Macht es in Ihren Augen Sinn, dass wir uns am ... zusammensetzen?
- Danke für das gute Gespräch!

## So bitte nicht:

„*Herr Abweis, ich fasse nochmals zusammen, Sie haben kein Interesse. Vielen Dank für die Information. Auf Wiederhören.*“

Auch wenn Sie trotz guter Gesprächsführung Ihren Gesprächspartner nicht überzeugen konnten, sollten Sie sich Ihre Enttäuschung nicht anmerken lassen. Schließen Sie freundlich mit:

„*Danke, Herr Abweis, dass Sie mich informiert haben.*“

Und:

„*Lassen Sie uns so verbleiben, ich halte Sie gerne auf dem Laufenden und wenn Sie Fragen haben, melden Sie sich. Ich bin gern für Sie da.*“

Oder:

„*Ich verstehe, dass Sie das in Ihren Augen beste Angebot wählen. Angenommen, es würde aus irgendeinem Grund doch nicht funktionieren, dann sind wir gerne für Sie da.*“

Wärmen Sie zum Schluss keinesfalls Negatives auf, Sie könnten aus Versehen weitere Einwände wecken.

**Nachmotivation**

Nach der erfolgreich abgeschlossenen Einwandbehandlung und gegebenenfalls der Terminvereinbarung ist es wie bereits erwähnt sinnvoll, das gemeinsame Ergebnis noch einmal kurz zusammen zu fassen. Sie können, wenn es um einen vereinbarten Termin geht, eventuelle Missverständnisse bezüglich des Datums oder der Uhrzeit ausräumen. Außerdem ist es von Vorteil, eine kurze Phase der Nachmotivation in das Gespräch einzubauen. Denn Ihr Gegenüber hat sich gerade in Ihrem Sinne entschieden, z.B. für einen Termin, oder er hat einen Kauf getätigt. Und jeder Mensch ist nach einer getroffenen Entscheidung sehr offen für eine nochmalige Bestätigung, die ihn darin bestärkt, eine gute, sinnvolle, richtige Wahl getroffen zu haben. Schließlich wollen Sie nicht, dass sich beim Kunden nach Beendigung des Telefonats der „Katzenjammer“ einstellt und dieser seine Entscheidung bereut. Sondern Sie wollen, dass der Kunde von seiner Entscheidung auch wirklich überzeugt ist, sodass er gerne wieder mit Ihnen Geschäfte machen wird

# Telefonmarketing

## So machen Sie mehr Umsatz am Telefon



Robert Ehlert, Annemike Meyer

### Telefonmarketing

BusinessVillage 2004

50 Seiten, zahlr. Abb.

ISBN 3-934424-48-1

eBook EB-546: € 14,80

Buch PB-546: € 21,80

Nur wer neue Kunden gewinnt und alte Kunden hält, kann im immer stärker werdenden Wettbewerb heute noch überleben. Telefonmarketing bietet dabei eine kostengünstige und hocheffiziente Möglichkeit der Kundenansprache. Durch das telefonische „Ohr am Markt“ können Unternehmen mit Telefonmarketing gezielt Kundengruppen ansprechen.

Denn jeden Tag prasseln ungezählte Werbebotschaften auf Ihre potenziellen Kunden ein, da ist es schwer, im Werbewirrwarr überhaupt noch Gehör zu finden. Doch der telefonische Kontakt – quasi von Mensch zu Mensch – ist eine einzigartige Chance, direkt zum Kunden durchzudringen und Ihr Angebot ganz persönlich vorzustellen. Sie können mit dem Kunden direkt kommunizieren und so viel überzeugender Ihre „Botschaft“ vermitteln, als dies mit einer Anzeige oder einem Plakat möglich wäre. Daher ist Telefonmarketing eine effektive Möglichkeit, Kunden zu gewinnen und fest an Ihr Unternehmen zu binden. Wie gutes Telefonmarketing aussieht, zeigt Ihnen dieser Leitfaden. Anschaulich und mitten aus der Praxis beschreiben die Autoren, wie gelungenes Direktmarketing per Telefon funktioniert. Die vorgestellten Telefonstrategien, Gesprächsleitfäden, Anwendungsbeispiele, Frage- und Abschlusstechniken helfen Ihnen bei der Umsetzung. Ein Beitrag über die aktuelle rechtliche Situation ergänzt den Leitfaden. Mehr Umsatz, mehr Gewinn, mehr Spaß durch Telefonmarketing!

**FAX-Bestellung**  
**+49 (551) 2099 105**

Hiermit bestelle ich versandkostenfrei:

\_\_ Exemplare eBook

\_\_ Exemplare Buch

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Name

\_\_\_\_\_  
Vorname

\_\_\_\_\_  
Straße

\_\_\_\_\_  
PLZ

\_\_\_\_\_  
Ort

\_\_\_\_\_  
eMail

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

Oder senden Sie Ihre Bestellung an: BusinessVillage GmbH, Bahnhofsallee 1b, 37081 Göttingen



**Teil 3:**  
**Callcenter**



# 1. Callcenter (alphabetisch)

Firma	Schwerpunkt	Beratung	Ergonomie	Consulting			Adress- lieferung	Fulfillment	Dienstleistung	
				Konzeption	Personal- rekrutng	Sonstiges			Inbound	Lettershop
121DMAgent GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	x	—	—	—
2Call4U Ltd.	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<b>Axiom Deutschland</b>	Consulting	—	—	—	—	x	x	—	—	x
Agentur CallcenterCoaching	Consulting	x	—	—	—	—	—	—	—	—
Agentur für Unternehmenskontakte	Consulting	—	—	x	—	x	—	—	—	—
Agentur und Akademie Bäck	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—
ASA Informationsdienste GmbH	Consulting	—	—	x	—	—	—	x	x	—
ATM	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	x	—
basicdata GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—
bkd	Consulting	x	—	x	—	x	x	x	x	x
BRACCOM GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	x	x	—	x
BrainProject GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	x	—	—	—
BSD-Communication Center GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	—	x	x	x
Call Center Linz	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—
CallCenter International	Consulting	x	—	x	—	—	—	—	—	—
call-metics - Spezialagentur	Consulting	—	—	—	—	—	x	x	x	x
CallTec AG	Consulting	x	—	—	—	—	—	x	x	x
CC Consult GmbH	Consulting	x	x	x	—	—	—	—	—	—
cca24-dialog center gmbh	Consulting	x	—	x	—	—	x	x	x	x
CCC Consulting for Communication-Center	Consulting	x	—	x	—	—	—	—	—	—
COMahead	Consulting	x	—	x	—	x	—	—	—	—
CommuniCall Contact Center GmbH	Consulting	x	—	x	—	—	x	x	x	x
<b>COMTEX Computer &amp; Datenerfassung</b>	Consulting	x	x	x	—	—	—	x	x	—
d2m - direct marketing merz	Consulting	—	—	—	—	—	x	—	—	—
Dr. Hirsch Dialog & Service	Consulting	—	—	x	—	—	x	—	x	—
DT Diel Training	Consulting	x	—	x	—	—	—	—	—	—
DVZ Daten-Service GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	x	x	x	x
FRITSCHPARTNERS.	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Hochschule Magdeburg-Stendal (FH)	Consulting	—	—	x	—	—	—	—	—	—
Human Culture Akademie GmbH	Consulting	—	—	x	—	—	—	—	—	—
HVB Direkt GmbH	Consulting	x	—	x	—	x	—	—	x	—
JCG Consulting Group	Consulting	x	—	x	—	x	—	—	x	—
KnowHow 4U	Consulting	x	—	—	—	—	—	—	—	—
KOM-Coaching	Consulting	x	—	x	—	x	—	—	—	—
KREUZER Dialogmarketing GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	x	—	x	—

Firma	Schwerpunkt	Beratung	Ergonomie	Consulting			Adress- lieferung	Fulfillment	Dienstleistung	
				Konzeption	Personal- rekrutierung	Sonstiges			Inbound	Lettershop
LetterHouse GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	x	—	—	x
LHD	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	x	x
Logatec GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	x	—
M.A.T.C.H. Vertriebsmarketing	Consulting	—	—	—	—	—	—	x	—	x
Musiol Telefonmarketing	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—
office direkt	Consulting	—	—	—	—	—	—	x	—	x
partnerteams	Consulting	x	—	—	x	—	—	—	x	—
Perspektive GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—
plus.tel GmbH	Consulting	x	—	—	x	—	—	x	—	x
PowerVoice Callcenter GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	x	—
Randstad Deutschland GmbH&Co. KG	Consulting	—	—	—	—	x	—	—	—	—
RedeZeit	Consulting	—	—	—	x	—	—	—	—	—
Rswrn Rechtsanwalte Steuerberater	Consulting	x	—	—	x	—	—	—	—	—
S & W call center AG	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	x	—
SALE direct Dialog Center GmbH	Consulting	x	—	—	x	—	—	—	—	—
Schmeiser Marketing	Consulting	x	—	—	x	—	—	—	—	—
service4sales GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Strike Dialogmarketing GmbH & Co.KG	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	x	—
Taptel callcenter GmbH	Consulting	x	—	—	—	—	—	—	x	—
TeleConcept Telefonmarketing GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	—	x	x	—
TeleMarketing Willamowski	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—
teleorga B2B Telemarketing	Consulting	—	—	—	—	x	—	—	—	—
Teleservice Marketing	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—
TMA TeleMarketing Ackerler GmbH	Consulting	x	—	—	—	—	—	—	—	—
V - P - P - T	Consulting	x	—	—	—	x	—	—	—	—
Verkaufsoptimierung Tilo Marquardt & xtach GmbH	Consulting	—	—	—	—	x	—	—	x	—
Agentur fur Kommunikation & Akquisition	Dienstleistung	—	x	—	x	—	—	—	—	—
Business Partner Telesales	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Christoph Busch	Dienstleistung	x	—	—	x	—	—	—	—	—
Com Vision Betreibergesellschaft	Dienstleistung	—	—	—	x	—	—	—	x	—
ConCludent GmbH	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	x	x
Consilomed	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	—
dekiro	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	—
DPM Zoschinger GmbH	Dienstleistung	—	—	—	—	—	x	—	—	x

Firma	Schwerpunkt	Beratung	Ergonomie	Consulting			Adress- lieferung	Fulfillment	Inbound	Dienstleistung	
				Konzeption	Personal- rekrutierung	Sonstiges				Lettershop	
EBM Europäische Berufsförderungs- und EVM-Beratung GmbH	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Faust Information GmbH	Dienstleistung	—	—	x	x	—	x	—	—	—	—
HUMAN RESOURCES SERVICE	Dienstleistung	—	x	—	—	x	—	—	—	—	—
Kommunikationstraining & Coaching	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Mails are Us!	Dienstleistung	—	—	—	x	—	—	—	—	x	—
MarketDialog GmbH	Dienstleistung	—	—	—	x	—	—	x	—	—	—
MS Vertriebsunterstützung	Dienstleistung	—	—	—	x	—	—	—	—	—	—
MTM Multi - Tele -	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	x	x
PHOCUS DIRECT	Dienstleistung	x	—	—	—	x	—	x	x	—	—
PhoneOfficeMailPartner	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Plantronics GmbH	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
PLINKE TRAIN.	Dienstleistung	x	—	—	x	—	—	—	—	—	—
Sales & TeleMarketing Consult	Dienstleistung	x	x	—	x	x	—	—	—	—	—
Telefonmarketing Paulsen	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
TMS Telemarketing Service	Dienstleistung	x	—	—	x	—	—	—	—	—	—
ulrich communications	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

## 2. Callcenter (nach Schwerpunkten)

Firma	Schwerpunkt	Consulting						Dienstleistung			
		Beratung	Ergonomie	Konzeption	Personalrekrutierung	Sonstiges	Adresslieferung	Fulfillment	Inbound	Lettershop	
121DMAgent GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	x	—	—	—	
2Call4U Ltd.	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
Acxiom Deutschland	Consulting	—	—	—	—	x	x	—	—	x	
Agentur CallcenterCoaching	Consulting	x	—	—	—	x	—	—	—	—	
Agentur für Kommunikation & Akquisition	Dienstleistung	—	x	x	—	—	—	—	—	—	
Agentur für Unternehmenskontakte	Consulting	—	—	x	—	—	—	—	—	—	
Agentur und Akademie Bäck	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
ASA Informationsdienste GmbH	Consulting	—	—	x	—	—	—	x	x	—	
ATM	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	x	—	
basicdata GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
bkd	Consulting	x	—	x	—	x	x	x	x	x	
BRACCOM GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	x	x	—	x	
BrainProject GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	x	—	—	—	
BSD-Communication Center GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	—	x	x	x	
Business Partner Telesales	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
Call Center Linz	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
CallCenter International	Consulting	x	—	x	x	—	—	—	—	—	
call-metrics - Spezialagentur	Consulting	—	—	—	—	—	x	x	x	x	
CallTec AG	Consulting	x	—	—	—	—	—	x	x	x	
CC Consult GmbH	Consulting	x	x	x	x	x	—	—	—	—	
cca24-dialog center gmbh	Consulting	x	—	x	x	—	x	x	x	x	
CCC Consulting for Communication-Center	Consulting	x	—	x	x	—	—	—	—	—	
Christoph Busch	Dienstleistung	x	—	x	—	—	—	—	—	—	
Com Vision Betriebsgesellschaft	Dienstleistung	—	—	x	—	—	—	x	x	—	
COMahead	Consulting	x	—	x	—	x	—	—	—	—	
CommuniCall Contact Center GmbH	Consulting	x	—	x	—	—	x	x	x	x	
COMTEX Computer & Datenerfassung	Consulting	x	x	x	x	x	—	x	x	—	
ConCludent GmbH	Dienstleistung	—	—	—	—	—	x	x	x	x	
Consillioned	Dienstleistung	—	—	—	x	—	—	—	—	—	
d2m - direct marketing merz	Consulting	—	—	—	—	—	x	—	—	—	
dekiro	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
DPM Zöschinger GmbH	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	x	x	
Dr. Hirsch Dialog & Service	Dienstleistung	—	—	—	—	—	x	x	x	—	
DT Diel Training	Consulting	x	—	x	x	—	—	—	—	—	
DVZ Daten-Service GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	x	x	—	x	

Firma	Schwerpunkt	Beratung	Ergonomie	Consulting			Adress- lieferung	Fulfillment	Dienstleistung	
				Konzeption	Personal- rekrutierung	Sonstiges			Inbound	Lettershop
EBM Europäische Berufsförderungs- und	Dienstleistung	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EVM-Beratung GmbH	Dienstleistung	-	-	x	x	-	-	-	-	-
Faust Information GmbH	Dienstleistung	-	-	-	-	-	x	-	-	-
FRITSCHPARTNERS.	Consulting	-	-	-	-	-	x	x	-	x
Hochschule Magdeburg-Stendal (FH)	Consulting	-	-	x	-	-	-	-	-	-
Human Culture Akademie GmbH	Consulting	-	-	x	-	-	-	-	-	-
HUMAN RESOURCES SERVICE	Dienstleistung	-	x	-	x	-	-	-	-	-
HVB Direkt GmbH	Consulting	x	-	x	x	-	-	-	x	-
JCG Consulting Group	Consulting	x	-	x	x	-	-	-	x	-
KnowHow 4U	Consulting	x	-	-	-	-	-	-	-	-
KOM-Coaching	Consulting	x	-	x	x	-	-	-	-	-
Kommunikationstraining & Coaching	Dienstleistung	-	-	-	x	-	-	-	-	-
KREUZER Dialogmarketing GmbH	Consulting	-	-	-	-	-	x	-	x	-
LetterHouse GmbH	Consulting	-	-	-	-	-	x	-	-	x
LHD	Consulting	-	-	-	-	-	-	-	x	x
Logatec GmbH	Consulting	-	-	-	-	-	-	-	x	-
M.A. T.C.H. Vertriebsmarketing	Consulting	-	-	-	-	-	-	x	-	x
Mails are Us!	Dienstleistung	-	-	-	x	-	-	-	-	-
MarketDialog GmbH	Dienstleistung	-	-	-	x	-	-	x	-	-
MS Vertriebsunterstützung	Dienstleistung	-	-	-	x	-	-	-	-	-
MTM Multi - Tele -	Dienstleistung	-	-	-	-	-	-	x	-	x
Musiol Telefonmarketing	Consulting	-	-	-	-	-	-	-	-	-
office direkt	Consulting	-	-	-	-	-	-	-	x	-
partnerteams	Consulting	x	-	-	x	-	-	-	x	-
Perspektive GmbH	Consulting	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PHOCUS DIRECT	Consulting	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PhoneOfficeMailPartner	Dienstleistung	x	-	-	x	-	-	x	-	x
Plantronics GmbH	Dienstleistung	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PLINKE TRAIN.	Dienstleistung	-	-	-	-	-	-	-	-	-
plus.tel GmbH	Consulting	x	-	-	x	-	-	-	x	-
PowerVoice Callcenter GmbH	Consulting	-	-	-	-	-	-	-	x	-
Randstad Deutschland GmbH&Co. KG	Consulting	-	-	-	x	-	-	-	x	-
Redezeit	Consulting	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rswrn Rechtsanwälte Steuerberater	Consulting	x	-	-	x	-	-	-	-	-
S & W call center AG	Consulting	-	-	-	-	-	-	-	-	x

Firma	Schwerpunkt	Consulting					Dienstleistung			
		Beratung	Ergonomie	Konzeption	Personal- rekrutierung	Sonstiges	Adress- lieferung	Fulfillment	Inbound	Lettershop
SALE direct Dialog Center GmbH	Consulting	x	—	x	x	—	—	—	—	—
Sales & TeleMarketing Consult	Dienstleistung	x	x	x	x	—	—	—	—	—
Schmeiser Marketing	Consulting	x	—	x	—	—	—	—	—	—
service4sales GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	x	—
Strike Dialogmarketing GmbH & Co.KG	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	x	—
Taptel callcenter GmbH	Consulting	x	—	—	x	—	—	x	x	—
TeleConcept Telefonmarketing GmbH	Consulting	—	—	—	—	—	—	x	—	—
Telefonmarketing Paulsen	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	—
TeleMarketing Willamowski	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—
teleorga B2B Telemarketing	Consulting	—	—	x	x	x	—	—	—	—
Teleservice Marketing	Consulting	—	—	—	—	—	—	—	—	—
TMA TeleMarketing Ackerler GmbH	Consulting	x	—	—	x	x	—	—	x	—
TMS Telemarketing Service	Dienstleistung	x	—	x	x	—	—	—	—	—
ulfrich communications	Dienstleistung	—	—	—	—	—	—	—	—	—
V - P - P - T	Consulting	x	—	x	—	—	—	—	—	—
Verkaufsoptimierung Tilo Marquardt & xtlach GmbH	Consulting	—	—	x	—	x	x	x	—	—
	Consulting	—	—	—	—	x	—	—	—	—

### 3. Callcenterprofile im Detail

121DMAgent GmbH		B2B und B2C	
<p>Sie suchen qualifizierte Telefonmarketing-Adressen mit eindeutiger Telefon-erlaubnis und selektierbaren Kundenprofilen? Wir bieten Ihnen sowohl für die Klassiker aus den Segmenten Lotto/Klassenlotterie, als auch für Verlags-, Telekommunikations- und Finanzdienstleistungsprodukte erfolgversprechende Profile.</p> <p>Auch für spezielle Branchenselektionen finden wir fast immer eine Lösung, ob nationale oder internationale Zielgruppen. Fragen Sie uns!</p> <p>121DMAgent ist als Adress- und Datenbroker tätig für verschiedenste Kunden aus allen Direktmarketingsegmenten.</p> <p>Wir vermarkten keine eigenen Daten, sodass wir uns für Sie immer bemühen können nach den für Sie optimalen Profilen auf dem Adressmarkt.</p> <p>Gerne übernehmen wir für Sie auch die Vermarktung Ihrer Kundendaten, auch für andere Bereiche als Telefonmarketing.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	x	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	-	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
	Personalrecruting	-	
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
121DMAgent GmbH Thomas Kellner Beethovenstraße 17 63069 Offenbach am Main		Tel.: 069/83 83 23-0 Fax : 069/83 83 23-23 Mail: info@121DMAgent.de www.121DMAgent.de	

2Call4U Ltd.			
<p>Die 2Call4U Ltd. wurde im März 2004 gegründet und wird Ihnen helfen, die Wünsche und Bedürfnisse von Ihren Kunden zu berücksichtigen, um dadurch die entscheidenden Wettbewerbsvorteile zu erlangen.</p> <p>Wir werden, immer in Absprache mit Ihnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die aktive Kommunikation mit Ihren bestehenden und potenziellen Kunden koordinieren und kontinuierlich weiterentwickeln;</li> <li>• Kundentreue aufbauen und eine hohe Kundenkonstanz erzielen;</li> <li>• über die Dauer der Kundenbeziehung hinweg sicherstellen, dass der Beitrag Ihres Kunden Ihren Unternehmensgewinn maximiert und Ihr Unternehmen mehr am Kunden als am Produkt ausrichten.</li> </ul>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	x	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
	Personalrecruting	-	
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
2Call4U Ltd. Alexander Singer Steinacher Straße 1571404 71404 Korb, Remstal		Tel.: 071 51/2 05 06 01 Fax : Mail: singer@2call4u.com www.2Call4U.com	

<b>Acxiom Deutschland</b>		<b>3,5 Mio Firmenadressen 30 Mio Privatadressen 3 Mio Lifestyle-Adressen 450.000 Adressen d.Gesundheitswesens</b>	
Daten und Datenbanken sind Schwerpunkt seit über 40 Jahren. Vormals pan-adress und Claritas, jetzt global mit Acxiom.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	<b>x</b>	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	<b>x</b>	
	Outbound	-	
	Sonstiges	-	
		-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
	Personalrecruiting	-	
	Sonstiges	<b>x</b>	
<b>Kontakt</b>			
Acxiom Deutschland Emanuel Zehetbauer Sammelweisstraße 8 82152 Planegg		Tel.: 089/857 09-308 Fax : 089/857 09-200 Mail: emanuel.zehetbauer@acxiom.com www.acxiom.de	

<b>Agentur für Kommunikation &amp; Akquisition</b>		<b>Wir akquirieren das Neugeschäft für Agenturen und Dienstleister</b>	
Wir sind kein Callcenter! Unsere Kernkompetenz liegt in der Akquisition des Neugeschäftes für Dienstleister und Agenturen. Wir beraten und unterstützen bei Positionierung, USP, und Nachfasscalls. Unser Ziel ist Ihr Erfolg, unser Anspruch ist die umfangreiche Analyse Ihres Unternehmens, die konsequente Kontaktsytematik, der Aufbau der Kundenbeziehung, die Fixierung Ihres Präsentationstermins.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	<b>x</b>	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	<b>x</b>	
	Konzeption	<b>x</b>	
	Personalrecruiting	-	
	Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>			
Agentur für Kommunikation & Akquisition Ursula Schmellenkamp Schillerstraße 7 40237 Düsseldorf - Düsseldorf		Tel.: 02 11/698 6383 Fax : Mail: info@ursula-schmellenkamp.de www.ursula-schmellenkamp.de	

<b>Agentur für Unternehmenskontakte</b>		<b>Vermarktung erklärungsbedürftiger Produkte und Dienstleistungen</b>	
<p>Mein Ziel für Sie: Ihnen und Ihrem Produkt, Ihrer Dienstleistung, Türen zu potenziellen Kunden zu öffnen.                      Auf eine individuelle Kundenbeziehung lege ich deshalb besonderen Wert. Das Verständnis Ihrer Unternehmensphilosophie und die intensive Auseinandersetzung mit Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung sind unerlässliche Voraussetzungen für den Erfolg meiner Arbeit.                      Dazu biete ich: Kommunikationsstärke, technisches Verständnis, einen kundenorientierten Kopf und ganz einfach ein freundliches Miteinander, gemäß dem Spruch von Henry Ford:</p> <p><i>Zusammenkommen ist ein Beginn                      Zusammenarbeiten ist ein Fortschritt                      Zusammenbleiben ist ein Erfolg.</i></p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	x	
	Sonstiges	x	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	x	
	Personalrecruiting	-	
	Sonstiges	x	
<b>Kontakt</b>			
Agentur für Unternehmenskontakte Martina Bloch Behnstraße 83 22767 Hamburg - Altona		Tel.: 040/38 08 36 70 Fax : 040/38 08 36 73 Mail: info@bessere-kontakte.de www.bessere-kontakte.de	

<b>ASA Informationsdienste GmbH</b>		<b>Zeitschriftenverlage, Sammelwerkverlage, Versandhandel, Veranstaltungsunternehmen, Informationsdienstleister, Industrie, Handwerk, Automobilhändler, Telekommunikation, Facility Management, Gebäudemanagement</b>	
<p>Die ASA Informationsdienste GmbH wurde 1993 als Unternehmen für Telekommunikations-Dienstleistungen gegründet und bis 1997 kontinuierlich zum multimedialen Call Center entwickelt. Es werden Kommunikationsmedien Telefon, Fax, E-Mail, Internet-Chat und Audiotex angeboten.                      Die Leistungsschwerpunkte orientieren sich im Inbound auf den Konsumerbereich und sind im Outbound auf Business to Business ausgerichtet.                      Das Unternehmen ist von den Auftragsgebern unabhängig und wird inhabergeführt.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	x	
	Inbound	x	
	Lettershop	-	
	Outbound	x	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	x	
	Personalrecruiting	-	
	Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>			
ASA Informationsdienste GmbH Horst Gerlach Paul-Lincke-Ufer 7 10999 Berlin - Kreuzberg		Tel.: 030/6 11 05-100 Fax : 030/6 11 05-120 Mail: gerlach@asa-info.de www.asa-info.de	

<b>ATM</b>		
<p>Seit 1995 bieten wir neben der Kundenbetreuung ebenfalls Neukundengewinnung und -akquisition an, führen Potenzialerfassungen und Adressqualifizierungen durch. Für unseren qualifizierten Terminierdienst sind wir bekannt. Schwerpunkte im Training und Coaching liegen bei uns im Telefontraining, Kommunikationstraining und Verkaufstraining.</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	<b>x</b>
	Lettershop	-
	Outbound	<b>x</b>
	Sonstiges	<b>x</b>
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
	Personalrecruting	-
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
<p>ATM Susanne Parisi Tanusstraße 12 61239 Ober-Mörlen</p>	<p>Tel.: 06002/920301 Fax : 06002/930302 Mail: info@atmonline.de</p>	

<b>Agentur und Akademie Bäck</b>	<b>Verlags- und Gesundheitswesen</b>	
<p>Telefonmarketing &amp; TrainingAgentur Bäck lebt als Familienunternehmen Ihre positive Philosophie seit über 1,5 Jahrzehnten durch engagierte Teleagents auf Heimarbeitsplätzen. Die Akademie Bäck unterstützt auch Ihren Erfolg durch bewährte und stets zielorientiert abgestimmte Kommunikations- und Motivationsseminare (intern oder extern) sowie individuelle Coaching-Trainings.</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	<b>x</b>
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
	Personalrecruting	-
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
<p>Agentur und Akademie Bäck Corinna Bäck Dänischenhagener Straße 25 24229 Strande, Holst</p>	<p>Tel.: 04349/919080 Fax : 04349/919060 Mail: info@cbaeck.de www.baeck.de</p>	

<b>basicdata GmbH</b>		<b>Telefonnummernermittlung</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Postalische Bereinigung</li> <li>• Adressdubletten Markieren und Entfernen</li> <li>• Abgleich mit der Umzugsadressen-Sterbedatei der „Post Adress GmbH“</li> <li>• Aktuelle Telefon- und Faxnummernermittlung</li> <li>• Maschinelle Existenzprüfung von Adressen</li> <li>• Aufbau von Adressdatenbeständen mittels Response-Erfassung</li> <li>• Verwalten und regelmäßige Pflege von Adressdatenbeständen</li> <li>• Formatierung/Konvertierung/Migration unterschiedlicher Datenbanken</li> </ul>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	-	
	Sonstiges	<b>x</b>	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
	Personalrecluting	-	
	Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>			
basicdata GmbH Mario Modlich Kaiserstraße 160-162 76133 Karlsruhe, Baden		Tel.: 07 21/15 11 90 Fax : 07 21/1 51 99-29 Mail: mario.modlich@basicdata.de www.basicdata.de	

<b>bkd</b>		<b>Markenartikler</b>	
Die bkd GmbH hat sich darauf spezialisiert, mit maßgeschneiderten Dialogmarketing-Dienstleistungen Unternehmen aller Branchen in Vertrieb und Kundenkommunikation zu beraten und zu unterstützen. bkd hat viel Erfahrung als Call Center im In- und Outbound, ist multimedial, technisch aktuell und verfügt über äußerst namhafte Referenzkunden.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	<b>x</b>	
	Fullfillment	<b>x</b>	
	Inbound	<b>x</b>	
	Lettershop	<b>x</b>	
	Outbound	<b>x</b>	
	Sonstiges	<b>x</b>	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	<b>x</b>	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	<b>x</b>	
	Personalrecluting	-	
	Sonstiges	<b>x</b>	
<b>Kontakt</b>			
bkd Jürgen Leisten Hubertusstraße 44 45657 Recklinghausen - Ost		Tel.: 023 61/91 75-0 Fax : 023 61/91 75-233 Mail: dialog@bkd.de www.bkd.de	

<b>BRACCOM GmbH</b>		<b>Verkauf</b>	
<p>Kundenbeziehungen gewinnen in der heutigen Zeit zunehmend an Bedeutung und bilden den Schlüssel zum Erfolg. Sehr viele Schweizer Firmen pflegen die Beziehungen noch heute meistens punktuell – oder gar nicht!</p> <p>Die Umsetzung einer kundenorientierten Unternehmensphilosophie mittels einer Multichannel Contact Center Strategie kann nur über einen gesamtheitlichen Ansatz erfolgreich sein. Die Organisation und die unterstützende Technologie müssen zusammen harmonisieren und auf das Ziel „Kundenzufriedenheit“ ausgerichtet sein. Multichannel Contact Center Lösungen setzen voraus, dass die verschiedenen Komponenten abgestimmt und integriert sind, d.h. die Prozesse, die Organisation, die Menschen und die Technologie (inkl. bestehende Systemlandschaft) müssen miteinander im Einklang sein.</p> <p>Die BRACCOM GMBH schlägt den Kunden 4 mögliche Lösungsansätze/ Strategien vor:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitabhängiges Outsourcing</li> <li>• Kapazitätsabhängiges Outsourcing</li> <li>• Front-Office-Outsourcing</li> <li>• Projektbezogenes Outsourcing</li> </ul>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer		<b>x</b>
	Fullfillment		<b>x</b>
	Inbound		-
	Lettershop		<b>x</b>
	Outbound		<b>x</b>
	Sonstiges		<b>x</b>
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter		-
Ergonomie		-	
Konzeption		-	
Personalrecruting		-	
Sonstiges		-	
<b>Kontakt</b>			
BRACCOM GmbH Roman Bracchi Hengstweid 5 a 6280 Hochdorf		Tel.: 0041/9 14/21 00 Fax : Mail: info@bracom.ch www.bracom.ch	

<b>BrainProject GmbH</b>		<b>IT-Branche</b>	
<p>Seit 1999 konzentrieren wir uns auf die Bereiche Daten- Management, Datenqualifizierung, Potenzial-Management, Sales-und Lead-Support sowie Kunden-Service.</p> <p>Die gezielte Ausrichtung auf den IT-Markt, mit mehr als 140 IT- Projekten im Jahr, garantiert Ihnen ein Maximum an IT- Kompetenz und Branchenkenntnis.</p> <p>Das modulare BrainProject-Portfolio wird nach Ihren Wünschen und Anforderungen, individuell und beliebig, kombiniert.</p> <p>Eine einzigartige Symbiose von Köpfen, die aus dem Vertriebs-, Marketing- und Database-Umfeld kommen, garantieren Ihnen werthaltige Projektergebnisse. Das Partner-Netzwerk, bietet Ihnen die komplette Bandbreite des modernen Kontakt-Managements. Von der Adresse zur Information.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer		<b>x</b>
	Fullfillment		-
	Inbound		-
	Lettershop		-
	Outbound		<b>x</b>
	Sonstiges		-
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter		-
Ergonomie		-	
Konzeption		-	
Personalrecruting		-	
Sonstiges		-	
<b>Kontakt</b>			
BrainProject GmbH Klaus Hänel Vichystraße 9 76646 Bruchsal		Tel.: 07251/9323-0 Fax : Mail: klaus.haenel@brain-project.de www.brain-project.de	

<b>BSD-Communication Center GmbH</b>		
	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	-
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	x
	Konzeption	x
	Personalrecruting	x
Sonstiges	x	
<b>Kontakt</b>		
BSD-Communication Center GmbH Horst Eckhardt Wandalenweg 24 - 26 20097 Hamburg - Hammerbrook	Tel.: 040/23520-0 Fax : 040/23520-319 Mail: H.Eckhardt@bsd-cc.de www.bsdcc.de	

<b>Christoph Busch</b>		<b>Energieversorger, Entsorger, Callcenter</b>
<p>Kernkompetenzen der Christoph Busch Unternehmensberatung GmbH sind insbesondere Aufbau und Optimierung der Funktionsbereiche Kundenbetreuung/Call Center und Vertrieb. Im Rahmen der Liberalisierung des Energiemarktes haben wir uns zudem auf die Beratung der Funktionsbereiche Abrechnung und Forderungsmanagement spezialisiert.</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	-
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	x
	Ergonomie	-
	Konzeption	x
	Personalrecruting	-
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
Christoph Busch Mainzer Landstraße 176 60327 Frankfurt am Main - Gallusviertel	Tel.: 069/97358-108 Fax : 069/97358-109 Mail: info@christophbusch.com www.christophbusch.com	

<b>CallCenter International</b>		<b>Interimsmanagement, CallCenter Aufbau, QM, Recruitment</b>	
<p>Sie suchen den kompeten Ansprechpartner für neue Markterschließungen im deutschsprachigen oder europäischen Raum?</p> <p>Sie suchen einen Partner, der Ihre Aufträge makelt, verwaltet und für das Controlling verantwortlich zeichnet?</p> <p>Die Performance Ihres Call-Centers bedarf einer Optimierung?</p> <p>Die Entwicklung Ihrer Mitarbeiter ist Ihnen wichtig?</p> <p>CallCenter-International hat sich in zahlreichen Märkten ein umfassendes Know-how erarbeitet und greift auf jahrelange Erfahrung im Segment Call-Center/Service-Center zurück. Ob Aufbau, Interims-Management, Mitarbeiterqualifizierung oder Prozessoptimierung:</p> <p>CallCenter-International bietet individuelle Lösungen aus einer Hand.</p> <p>Nutzen Sie unsere Erfahrungen zur Optimierung Ihrer Prozesse.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	-	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	x	
Ergonomie	-		
Konzeption	x		
Personalrecruting	x		
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
CallCenter International Jörg Schlieckriede Hultschiner Damm 6 12623 Berlin - Mahlsdorf		Tel.: 030/24 53 21 38 Fax : Mail: Joerg.Schlieckriede@CallCenter-International.de www.CallCenter-International.de	

<b>call-metics - Spezialagentur</b>		<b>Kosmetik, Pharma, Medizin, Food</b>	
<p>Für Kundenmanagement e.K.call-metics® arbeitet ausschließlich mit erfahrenen Spezialisten. Als modernes, zukunftsorientiertes Communications-Center sind wir auf das sich stark verändernde Kommunikations- und Medienverhalten Ihrer Kunden eingestellt – denn Ihre Kunden bestimmen die Kommunikationswege. Wir schenken Ihren Kunden unser Experten-Ohr oder sprechen sie gezielt an – treten als Problemöser auf, begeistern Sie und Ihre Kunden durch unsere Kompetenz und Freundlichkeit.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	x	
	Fullfillment	x	
	Inbound	x	
	Lettershop	x	
	Outbound	x	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
Ergonomie	-		
Konzeption	-		
Personalrecruting	-		
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
call-metics - Spezialagentur Reinhard Müller Ziegeleistraße 1 85055 Ingolstadt, Donau		Tel.: 07 00/22 55 63 84 27 Fax : Mail: info@call-metics.de www.call-metics.de	

<b>CallTec AG</b>		<b>Banken, Versicherungen, IT (SW/HW), Konsumgüter, Marktforschungsfirmen, Investitionsgüter</b>	
<p>CallTec AG erbringt unter dem Titel Contact Solutions Dienstleistungen in den Bereichen Marketing &amp; Vertrieb, Market Research und Customer Care, bei welchen hochwertige telefonische Kontakte einen wesentlichen Einfluss auf den Erfolg und die Qualität des Projektes haben.</p> <p>Die Qualitätsphilosophie von CallTec kommt immer dann zum Einsatz, wenn fachlich und argumentativ überzeugende und einwandfreie Kontakte zur Erreichung ambitionierter Gesprächsziele notwendig sind, egal ob im In- oder Ausland. Wir wollen begeistern, unsere Kunden und deren Kunden.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	x	
	Inbound	x	
	Lettershop	x	
	Outbound	x	
	Sonstiges	x	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	x	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
	Personalrecruting	-	
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
<p>CallTec AG Christian Gut Alpenstraße 11 6300 Zug</p>		<p>Tel.: 0041/41/5600100 Fax : 0041/41/5600100 Mail: gut@calltec.ch www.calltec.ch</p>	

<b>CC Consult GmbH</b>			
<p>Call Center Projekt &amp; mehr. Wir sind ein Beratungs- und Trainingsunternehmen rund um die Kundenkommunikation. Unsere Aufgabengebiete umfassen den gesamten CC-Aufbau, Ablauforganisation und den Personalbereich. Unter www.calljob.de betreiben wir ein Personalportal ausschließlich für CC-Personal.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	-	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	x	
	Ergonomie	x	
	Konzeption	x	
	Personalrecruting	x	
Sonstiges	x		
<b>Kontakt</b>			
<p>CC Consult GmbH Gisbert Kuhn Regensburger Weg 38 33659 Bielefeld - Senne</p>		<p>Tel.: 0521/4041126 Fax : 0521/4041127 Mail: g.kuhn@cc-consult-gmbh.de www.cc-consult-gmbh.de</p>	

<b>cca24-dialog center gmbh</b>		<b>Energie, TV, Medien, Finanzen, Industrie</b>	
Die cca24 dialog center gmbh ist mit über 600 Mitarbeitern an zwei Standorten einer der führenden Call Center Dienstleister in Süddeutschland. Als Premium Outsourcing-Dienstleister erarbeiten wir für unsere anspruchsvollen Kunden individuelle Lösungen im Business-Process-Management. Unsere Leistungen im Kundenservice umfassen dialogorientierte Medien wie Telefon, E-Mail und Internet.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer		<b>x</b>
	Fullfillment		<b>x</b>
	Inbound		<b>x</b>
	Lettershop		<b>x</b>
	Outbound		<b>x</b>
	Sonstiges		<b>x</b>
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter		<b>x</b>
	Ergonomie		-
	Konzeption		<b>x</b>
	Personalrecruting		<b>x</b>
Sonstiges		-	
<b>Kontakt</b>			
cca24-dialog center gmbh Markus Frengel Proviantbachstraße 30 86153 Augsburg, Bayern		Tel.: 0821/56713-10 Fax : 0821 / 567 13-45 Mail: info@cca24.de www.cca24.de	

<b>CCC Consulting for Communication-Center</b>		<b>Hausgeräte/Konsumgüter, IT</b>	
Mein Leistungskatalog umfasst: Analyse Konzeption Realisation Projektmanagement	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer		-
	Fullfillment		-
	Inbound		-
	Lettershop		-
	Outbound		-
	Sonstiges		-
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter		<b>x</b>
	Ergonomie		-
	Konzeption		<b>x</b>
	Personalrecruting		<b>x</b>
Sonstiges		-	
<b>Kontakt</b>			
CCC Consulting for Communication-Center Sabine Hertlein Langweid 12 83115 Neubeuern		Tel.: 08035/873594 Fax : Mail: Sabine.Hertlein@t-online.de	

<b>Com Vision Betreibergesellschaft</b>		<b>Automatisierte Sprachdienstleistungen (Outbound und Inbound)</b>	
<p>Com Vision entwickelt und betreibt intelligente Sprachanwendungen mit einem hochleistungsfähigen Telefonie-System. Sprache in digitaler Form ermöglicht so menschliche Kommunikation zu geringeren Kosten, zu jeder Zeit und in hoher Qualität. Wiederkehrende Standarddialoge lassen sich schnell, mit hoher Kapazität und immer perfekter Freundlichkeit realisieren. Es eignet sich im Outbound-Bereich besonders für Vertriebs-, Marktforschungs- und Serviceaktionen. Im Inbound-Bereich sorgt es für eine effiziente Abwicklung von Bestell-, und Kundenanfragen sowie kostengünstige Informationsdienstleistungen.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	x	
	Inbound	x	
	Lettershop	-	
	Outbound	x	
	Sonstiges	x	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	x	
	Personalrecluting	-	
Sonstiges	x		
<b>Kontakt</b>			
<p>Com Vision Betreibergesellschaft Dagmar Hennel Hinter dem Rathaus 13 + 15 23966 Wismar, Mecklenburg</p>		<p>Tel.: 03841/228102 Fax : Mail: dhennel@comvision.info www.comvision.tv</p>	

<b>COMahead</b>			
<p>Als Dienstleister vereint COMahead aktuelle Lösungsstrategien und fortschrittliches Consulting-Know-how. Dabei ist COMahead keine Unternehmensberatung im klassischen Sinne, denn COMahead fokussiert vorrangig auf Unternehmens- und Kommunikationsentwicklung.</p> <p>COMahead unterstützt Firmen tatkräftig im Bereich Qualitätsmanagement und führt Businessanalysen durch.</p> <p>Als Experten für Kommunikationsdesign optimiert COMahead Firmeninterne und -externe Kommunikation.</p> <p>Im Bereich der Personalentwicklung konzipiert COMahead Trainings und Seminare und führt diese im Kundenauftrag durch.</p> <p>Existenzgründern bietet COMahead Beratung von der Geschäftsidee bis zur kontinuierlichen Betreuung.</p> <p>COMahead ist der starke und zuverlässige Partner für Unternehmen. Informieren Sie sich auf <a href="http://www.COMahead.de">www.COMahead.de</a> über das umfangreiche Dienstleistungsangebot.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	-	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	x	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	x	
	Personalrecluting	-	
Sonstiges	x		
<b>Kontakt</b>			
<p>COMahead Arne B. Exner Kirchplatz 5 33415 Verl</p>		<p>Tel.: Fax : Mail: arne.exner@COMahead.de www.comahead.de</p>	

<b>CommuniCall Contact Center GmbH</b>		<b>Industrie ( Investitionsgüter, v.a. Automobilberiech)</b>	
CommuniCall konzentriert sich auf den Bereich Lead Generation vor allem für Industrieunternehmen, ist darüber hinaus aber auch für namhafte Unternehmen wie die Alcatel SEL AG und Plantronics (Headsets) tätig. CommuniCall übernimmt z.B. das komplette Kundenkontakt-Management, von der Telefonzentrale über das Fulfillment bis hin zur Außendienstterminierung. Eben alles aus einer kompetenten Hand!	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer		<b>x</b>
	Fulfillment		<b>x</b>
	Inbound		<b>x</b>
	Lettershop		<b>x</b>
	Outbound		<b>x</b>
	Sonstiges		<b>x</b>
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter		<b>x</b>
	Ergonomie		-
	Konzeption		<b>x</b>
	Personalrecruiting		-
	Sonstiges		-
<b>Kontakt</b>			
CommuniCall Contact Center GmbH Peter Eichmüller Weiherstraße 19 95448 Bayreuth - St. Georgen		Tel.: +49 (921) 150850 Fax : Mail: info@communi-call.de www.communi-call.de	

<b>COMTEx Computer &amp; Datenerfassung</b>			
Mittelständisches IT-Systemhaus mit eigenem CC (ca. 500 MA in Fest-/ geringfügiger Anstellung) sowie Anbieter von CC-Lösungen als Service-/ Fullservice-Dienstleister	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer		-
	Fulfillment		<b>x</b>
	Inbound		<b>x</b>
	Lettershop		-
	Outbound		<b>x</b>
	Sonstiges		<b>x</b>
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter		<b>x</b>
	Ergonomie		<b>x</b>
	Konzeption		<b>x</b>
	Personalrecruiting		<b>x</b>
	Sonstiges		<b>x</b>
<b>Kontakt</b>			
COMTEx Computer & Datenerfassung Jona Cambatzu Steinleite 13 96328 Kúps		Tel.: 09264/99588-43 Fax : Mail: jc@comtex.de www.comtex.de	

<b>ConCludent GmbH</b>		<b>Telekommunikation, IT, Finanzdienstleistungen</b>		
<p>Die ConCludent GmbH ist eine inhabergeführte Agentur im Bereich der integrierten Dialogkommunikation. Unser Ansatz umfasst die drei Bereiche Datenbank-Konzeption, Dialogmarketing sowie Contact Center-Leistungen. Im Mittelpunkt steht der Gedanke des Lead Managements, also der Prozess der Gewinnung, Erfassung und Bearbeitung von Interessenten- und Kundenpotenzialen.</p>	<b>Dienstleistung</b>			
	Adresslieferer		<b>x</b>	
	Fullfillment		<b>x</b>	
	Inbound		<b>x</b>	
	Lettershop		<b>x</b>	
	Outbound		<b>x</b>	
	Sonstiges		-	
	<b>Consulting</b>			
	Beratung Callcenter		-	
	Ergonomie		-	
	Konzeption		-	
Personalrecruting		-		
Sonstiges		-		
<b>Kontakt</b>				
<p>ConCludent GmbH                  Holger Knauer                  Ulanenplatz 6                  63452 Hanau</p>		<p>Tel.: 06181/90682-0                  Fax : 06181/90682 - 22                  Mail: info@concludent.de                  www.concludent.de</p>		

<b>Consiliomed</b>		<b>Dienstleistungen, Industrie, Handwerk, Handel, freie Berufe, Behörden</b>		
<p>Erfolgreiche telefonische Neukundengewinnung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dialogorientiert Telefonieren – Beziehungen schaffen und pflegen;</li> <li>• Sichere Verkaufsrhetorik: Vorteil-Nutzen-Argumentation, Einwandbehandlung, schickte Preisdarstellung.</li> <li>• Kritische Gespräche souverän führen: Umgang mit Reklamationen, erfolgreiche Mitarbeitergespräche, telefonische Mahnung.</li> <li>• Spezial-Seminar: Kommunikationsstrategien für Existenzgründer</li> </ul>	<b>Dienstleistung</b>			
	Adresslieferer		-	
	Fullfillment		-	
	Inbound		-	
	Lettershop		-	
	Outbound		-	
	Sonstiges		-	
	<b>Consulting</b>			
	Beratung Callcenter		-	
	Ergonomie		-	
	Konzeption		-	
Personalrecruting		<b>x</b>		
Sonstiges		<b>x</b>		
<b>Kontakt</b>				
<p>Consiliomed                  Susann Strömer                  König-Heinrich-Straße 49                  97082 Würzburg - Steinbachtal</p>		<p>Tel.: 0931/7843860                  Fax : 0931/7843749                  Mail: stroemers@consiliomed.de                  www.consiliomed.de</p>		

<b>d2m - direct marketing merz</b>		
Direktmarketing-Lösungen zur Neukundengewinnung, Kundenbindung und Reaktivierung. Zielgruppen- & Direktmarketingberatung international und national, Listbroking, Listmanagement, Media- und Paketbeilagen, Koordination von Direktmarketing-Kampagnen.	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	<b>x</b>
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	-
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
	Personalrecruiting	-
<b>Sonstiges</b>	-	
<b>Kontakt</b>		
d2m - direct marketing merz Stephan Merz Schramberger Straße 13 78628 Rottweil	Tel.: 07 41/1 75 69 18 Fax : Mail: info@d-2m.de www.d-2m.de	

<b>dekiro</b>		
dekiro - Lösungen für Dialogmarketing in den Bereichen B2B und B2C: Leadgeneration, Telefonverkauf, Kundenbindung, Terminvereinbarung, Marktforschung. Unsere Festpreismodelle schaffen Budgetsicherheit und minimieren Ihr Risiko. Ein Testprojekt prüft die Tragfähigkeit des Projekts und zeigt Ihnen unsere Arbeitsweise. Wir stellen Ihnen gerne ein Leistungspaket zusammen.	<b>B2B: Informationstechnologien, Gesundheit</b>	
	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	<b>x</b>
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
Personalrecruiting	-	
<b>Sonstiges</b>	-	
<b>Kontakt</b>		
dekiro Volker Wirth Winchester Straße 2 35394 Gießen, Lahn	Tel.: 06 41/9 72 14 80 Fax : Mail: wirth@dekiro.de www.dekiro.de	

<b>DPM Zöschinger GmbH</b>		<b>Sozialmarketing</b>	
		<b>Dienstleistung</b>	
		Adresslieferer	x
		Fullfillment	-
		Inbound	x
		Lettershop	x
		Outbound	x
		Sonstiges	x
		<b>Consulting</b>	
		Beratung Callcenter	-
		Ergonomie	-
		Konzeption	-
		Personalrecruting	-
		<b>Sonstiges</b>	-
<b>Kontakt</b>			
DPM Zöschinger GmbH Andreas Ambros Königstraße 9 89407 Dillingen an der Donau		Tel.: 09071/729254 Fax : Mail: A.Ambros@dpm-zoeschinger.de www.dpm-zoeschinger.de	

<b>DT Diel Training</b>		<b>Dienstleistung: (IT, EDV, Softwarehersteller, EDV-Häuser, Steuerberatung), und Handel: ( Verlage, Bürobranche, Schreibwaren, Spielwaren, Möbelbranche, Computer u. EDV-Zubehör)</b>	
<p>Schwerpunkt sind Verkaufs- und Telefontrainings sowie Einzelcoaching für Mitarbeiter und Existenzgründer. Dies im Bereich Akquise und Beherrschen schwieriger Situationen im Kundengespräch. Inbound/Outbound. Moderation und Workshops zur Vertriebs- und Geschäftsoptimierung im Sinne einer Unterstützung von Changemanagement-Projekten. Ein wichtiger Geschäftszweig ist ausserdem die Optimierung von Abläufen und Tätigkeiten in Call-Centern und Telefonabteilungen.</p> <p>Ganzheitliche Optimierung in allen Geschäftsbereichen durch ein Netzwerk von Beratern und erfahrenen Managern als e.V., bei dem der Inhaber von DT der Vorsitzende ist.</p>		<b>Dienstleistung</b>	
		Adresslieferer	-
		Fullfillment	-
		Inbound	-
		Lettershop	-
		Outbound	-
		Sonstiges	-
		<b>Consulting</b>	
		Beratung Callcenter	x
		Ergonomie	-
		Konzeption	x
		Personalrecruting	x
		<b>Sonstiges</b>	-
<b>Kontakt</b>			
DT Diel Training Jörg Diel Waschbachgasse 3a 55234 Ober-Flörsheim		Tel.: 06735-941434 Fax : 06735-941159 Mail: JDiel@Diel-Training.de www.Diel-Training.de	

<b>DVZ Daten-Service GmbH</b>		<b>Responsemanagement, Responseerfassung, Fulfillment</b>	
Unsere Kompetenzen reichen vom Projektmanagement von Dialogmarketingaktionen über Adressmanagement Ihrer Kontakte bis zur Abwicklung und Nachbearbeitung Ihrer Mailings.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer		<b>x</b>
	Fulfillment		<b>x</b>
	Inbound		-
	Lettershop		<b>x</b>
	Outbound		-
	Sonstiges		<b>x</b>
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter		-
	Ergonomie		-
	Konzeption		-
	Personalrecruiting		-
Sonstiges		-	
<b>Kontakt</b>			
DVZ Daten-Service GmbH Heiko Schubert Daniel-Vorländer-Straße 6 06120 Halle, (Saale) - Heide Süd		Tel.: 03 45/69 32-221 Fax : 03 45/69 32-204 Mail: hschubert@dvz-halle.de www.DVZ-daten-service.de	

<b>EBM Europäische Berufsförderungs- und</b>			
Management Akademie e.V. Bildungsträger mit fünfjähriger Erfahrung in der Ausbildung im Call-Center-Bereich  <ul style="list-style-type: none"> <li>• im In- und Outbound;</li> <li>• Kommunikationstraining;</li> <li>• PC-Schulungen mit MS-Anwendungen und AG-Call-Center-Suite</li> </ul>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer		-
	Fulfillment		-
	Inbound		-
	Lettershop		-
	Outbound		-
	Sonstiges		-
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter		-
	Ergonomie		-
	Konzeption		-
	Personalrecruiting		-
Sonstiges		-	
<b>Kontakt</b>			
EBM Europäische Berufsförderungs- und Evelyn Unger An der Hohle 4 01896 Pulsnitz		Tel.: 03 59 55/4 59 08 Fax : Mail: ebm.akademie@t-online.de	

Kommunikationstraining & Coaching	Banken, Finanzdienstleister, Versicherungen	
<p>Markus Euler - Ihr Trainer für Kundengewinnung und Kundenbindung am Telefon. Spezialist für Vertrieb (Outbound) im Bereich Banken, Finanzdienstleister und Versicherungen. Einzigartiges und bewährtes Trainingskonzept für Cross-Selling und Direktverkauf. Über 8 Jahre Projekterfahrung als Trainer und Coach.</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	-
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
	Personalrecruting	x
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
<p>Kommunikationstraining &amp; Coaching  Markus Euler  Humboldtstraße 7  64839 Münster, bei Dieburg</p>	<p>Tel.: 060 71/49 75 38  Fax : 060 71/49 75 39  Mail: info@markus-euler.de  www.markus-euler.de</p>	

EVM-Beratung GmbH	IT- und Dienstleistungs-Branchen	
<p>Die EVM-Beratung GmbH ist Experte zum Thema Umsatz- und Profitsteigerung.</p> <p>Übersicht der Dienstleistungen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kunden finden - Kunden binden</li> <li>2. Vertriebsberatung</li> <li>3. Vertriebsdienstleistungen</li> <li>4. Weiterbildung - Training</li> <li>5. Ganzheitliches Coaching</li> </ol> <p>Sie möchten gerne unverbindlich und kostenlos weitere Informationen. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir freuen uns auf Sie.</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	-
	Sonstiges	x
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	x
	Personalrecruting	x
Sonstiges	x	
<b>Kontakt</b>		
<p>EVM-Beratung GmbH  Frank Hilsberg  Dammstraße 11  67434 Neustadt an der Weinstraße</p>	<p>Tel.: 063 21/484 18-0  Fax : 063 21/484 18-88  Mail: info@evm-beratung.de  www.EVM-Beratung.de</p>	

<b>Faust Information GmbH</b>																													
<p>Wir sind spezialisiert auf den internationalen Vertrieb von Adressdatenbanken auf CD-ROM. In unserem Programm befinden sich Marketing- und Einkaufsdatenbanken sowie Telefonbücher und Branchenbücher aus dem In- und Ausland.</p> <p>Die Nachfrage nach unseren digitalen und gedruckten Produkten ist ständig gestiegen. Allein der Vertrieb internationaler Produkte wächst jährlich zweistellig. Die Exportquote von mehr als 40 % zeigt die große Nachfrage im Ausland. Aufgrund länderspezifischer Webpages gehören wir auch in Österreich, der Schweiz, Frankreich, Spanien, Italien, Großbritannien und den USA zu den dortigen „Key-Playern“.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"><b>Dienstleistung</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Adresslieferer</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Fullfillment</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Inbound</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Lettershop</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Outbound</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td></td> <td>-</td> </tr> <tr> <th colspan="2"><b>Consulting</b></th> </tr> <tr> <td>Beratung Callcenter</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Ergonomie</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Konzeption</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Personalrecruting</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges</td> <td>-</td> </tr> </tbody> </table>	<b>Dienstleistung</b>		Adresslieferer	x	Fullfillment	-	Inbound	-	Lettershop	-	Outbound	-	Sonstiges	-		-	<b>Consulting</b>		Beratung Callcenter	-	Ergonomie	-	Konzeption	-	Personalrecruting	-	Sonstiges	-
	<b>Dienstleistung</b>																												
	Adresslieferer	x																											
	Fullfillment	-																											
	Inbound	-																											
	Lettershop	-																											
	Outbound	-																											
	Sonstiges	-																											
		-																											
	<b>Consulting</b>																												
	Beratung Callcenter	-																											
	Ergonomie	-																											
Konzeption	-																												
Personalrecruting	-																												
Sonstiges	-																												
<b>Kontakt</b>																													
Faust Information GmbH Alena Andree Werstener Dorfstraße 17 40591 Düsseldorf - Wersten	Tel.: 02 11/9 76 99-22 Fax : Mail: andree@faust-information.com www.adressdatenbanken.de																												

<b>Grutzeck-Software GmbH</b>																													
<p>Software für:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Direktmarketing</li> <li>- Telefonmarketing/Callcenter</li> <li>- Adressmanagement</li> <li>- aktiven Vertrieb</li> </ul> <p>Seit 1979 professionalisieren wir Kundenbeziehungen. Mehr als 3.000 Unternehmen arbeiten heute mit der AG-Software. AG-Produkte sind in mehr als 200 Callcentern im Einsatz.</p> <p>Kunden profitieren von</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zeitersparnis durch Powerdialer</li> <li>- Transparenz durch Kampagnenmanagement/-controlling</li> <li>- Automatisierung durch Workflow</li> <li>- integrierter Zeiterfassung</li> <li>- Flexible Datenbankstruktur</li> <li>- Direktmarketingfunktionen wie phonetischer Dublettencheck, Porto-Optimierung für Infopost / Infobrief</li> <li>- MS-Office Integration: Dokumente auf Knopfdruck</li> <li>- ...</li> </ul> <p>Besuchen Sie unsere Website. Lesen Sie, welche Erfahrungen unsere Kunden gemacht haben ...</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"><b>Dienstleistung</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Adresslieferer</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Fullfillment</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Inbound</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Lettershop</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Outbound</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td></td> <td>-</td> </tr> <tr> <th colspan="2"><b>Consulting</b></th> </tr> <tr> <td>Beratung Callcenter</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Ergonomie</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Konzeption</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Personalrecruting</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges</td> <td>x</td> </tr> </tbody> </table>	<b>Dienstleistung</b>		Adresslieferer	-	Fullfillment	-	Inbound	-	Lettershop	-	Outbound	-	Sonstiges	-		-	<b>Consulting</b>		Beratung Callcenter	x	Ergonomie	x	Konzeption	x	Personalrecruting	-	Sonstiges	x
	<b>Dienstleistung</b>																												
	Adresslieferer	-																											
	Fullfillment	-																											
	Inbound	-																											
	Lettershop	-																											
	Outbound	-																											
	Sonstiges	-																											
		-																											
	<b>Consulting</b>																												
	Beratung Callcenter	x																											
	Ergonomie	x																											
Konzeption	x																												
Personalrecruting	-																												
Sonstiges	x																												
<b>Kontakt</b>																													
Grutzeck-Software GmbH Markus Grutzeck Hessen-Homburg-Platz 1  63452 Hanau	Tel.: +49 (61 81) 97 01-0 Fax : +49 (61 81) 97 01-66 Mail: info@grutzeck.de  www.grutzeck.de www.vertriebsprozess.info																												

FRITSCHPARTNERS	CRM-Beratung/Konzeption, Call Center-Aufbau/Konzeption, DM-Beratung allgemein, Database/Datawarehouse-Beratung/Konzeption, Outsourcing-Beratung, Training/Seminare, Zielgruppenanalyse, -beratung																													
<p>FRITSCHPARTNERS. ist die Kommunikationsagentur, die sich auf Beziehungsmanagement und Multichannelkommunikation spezialisiert hat - mit dem Fokus auf Dialogmarketing, Verkaufsförderung und Customer Relationship Management.</p> <p>Zielgruppen: Optimierungs-Dienstleistungen (Datenanalyse, Scoring), Paket- und Katalogbeilagen, Permission-based Adressen (z.B. Tel., eMail, SMS)</p> <p>Direct Mail: Fulfillment, Warehousing, Konzeption und Kreation, Lettershop, Personalisierung/Digitaldruck, Produktion von Katalogen, Produktion von Mailingbestandteilen (z.B. Druck, Briefhüllen)</p> <p>Zustellung: Prospekte und Kataloge, Warenproben, adressierte Sendungen</p> <p>Klassische Dialog-Medien: Anzeigen (Konzeption und Kreation), Funk/TV (Konzeption, Kreation, Produktion), Media-Beratung und -Abwicklung, VKF/Handelsmarketing</p> <p>TeleMedien/Call Center: Audiotex/IVR, Fax-Dienstleistungen, Inbound-Telemarketing, Outbound-Telemarketing, eMail-Bearbeitung</p> <p>Online/Internet: Konzeption und Realisation von Online-Werbung, Konzeption und Realisation von Websites, Sonderwerbformen (z.B. Keyword Advertising, Affiliates), Technische Dienstleistungen (z.B. Hosting, Adserving)</p> <p>eMail-Marketing: Beratung, Konzeption, Kreation, Kampagnenumsetzung (z.B. Adressmanagement, Versand)</p> <p>Mobile Marketing: Beratung, Konzeption, Kreation, Kampagnenumsetzung (z.B. Adressmanagement, Versand)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2" data-bbox="970 389 1441 427">Dienstleistung</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="970 427 1345 465">Adresslieferer</td> <td data-bbox="1345 427 1441 465">x</td> </tr> <tr> <td data-bbox="970 465 1345 504">Fullfillment</td> <td data-bbox="1345 465 1441 504">x</td> </tr> <tr> <td data-bbox="970 504 1345 542">Inbound</td> <td data-bbox="1345 504 1441 542">x</td> </tr> <tr> <td data-bbox="970 542 1345 580">Lettershop</td> <td data-bbox="1345 542 1441 580">x</td> </tr> <tr> <td data-bbox="970 580 1345 618">Outbound</td> <td data-bbox="1345 580 1441 618">x</td> </tr> <tr> <td data-bbox="970 618 1345 656">Sonstiges</td> <td data-bbox="1345 618 1441 656">x</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="970 656 1441 694"></td> </tr> <tr> <th colspan="2" data-bbox="970 694 1441 732">Consulting</th> </tr> <tr> <td data-bbox="970 732 1345 770">Beratung Callcenter</td> <td data-bbox="1345 732 1441 770">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="970 770 1345 808">Ergonomie</td> <td data-bbox="1345 770 1441 808">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="970 808 1345 846">Konzeption</td> <td data-bbox="1345 808 1441 846">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="970 846 1345 884">Personalrecruting</td> <td data-bbox="1345 846 1441 884">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="970 884 1345 1473">Sonstiges</td> <td data-bbox="1345 884 1441 1473">-</td> </tr> </tbody> </table>		Dienstleistung		Adresslieferer	x	Fullfillment	x	Inbound	x	Lettershop	x	Outbound	x	Sonstiges	x			Consulting		Beratung Callcenter	-	Ergonomie	-	Konzeption	-	Personalrecruting	-	Sonstiges	-
Dienstleistung																														
Adresslieferer	x																													
Fullfillment	x																													
Inbound	x																													
Lettershop	x																													
Outbound	x																													
Sonstiges	x																													
Consulting																														
Beratung Callcenter	-																													
Ergonomie	-																													
Konzeption	-																													
Personalrecruting	-																													
Sonstiges	-																													
<b>Kontakt</b>																														
<p>FRITSCHPARTNERS. Otfried A. Fritsch Hohe Bleichen 18 20354 Hamburg</p>	<p>Tel.: 040 / 41 42-50 90 Fax : 040 / 4 20-64 34 Mail: info@fritschpartners.de www.fritschpartners.de</p>																													

<b>Call Center Linz</b>		
Werbeagentur Gegner KEG Terminvereinbarungen, Adressqualifizierung, Direktverkauf, Abonnentenverkauf, Marktanalysen u. Bedarfserhebungen, Kundenbetreuung, -Bindung, -Rückgewinnung, Marktforschung	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	<b>x</b>
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
	Personalrecruiting	-
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
Call Center Linz Dieter Witzany Wiener Bundesstraße 72 4061 Pasching	Tel.: 00 43/72 29/205-0 Fax : 00 43/72 29/205-18 Mail: callcenter.linz@aon.at www.callcenter-linz.at	

<b>Dr. Hirsch Dialog &amp; Service</b>		
Dr. Hirsch Dialog & Service verbindet professionelles Kampagnenmanagement, verschiedene Kommunikationsmedien und stimmige Strategieumsetzung zu einer leistungsfähigen Marketing-Maschinerie.	<b>Virtual Office, Reiseanbieter, Telekommunikation, Personalbeschaffung</b>	
	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	<b>x</b>
	Fullfillment	-
	Inbound	<b>x</b>
	Lettershop	-
	Outbound	<b>x</b>
	Sonstiges	<b>x</b>
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	<b>x</b>
Personalrecruiting	<b>x</b>	
Sonstiges	<b>x</b>	
<b>Kontakt</b>		
Dr. Hirsch Dialog & Service Sven Hirsch Franckestraße 1 06110 Halle, (Saale)	Tel.: 03 45/58 22 11 22 Fax : Mail: buero@cc-hirsch.de www.cc-hirsch.de	

<b>Hochschule Magdeburg-Stendal (FH)</b>		<b>Nonprofit-Dienstleister</b>	
Professionelle Servicekompetenz forschen, schulen & umsetzen.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	-	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	x	
	Personalrecruting	-	
Sonstiges	x		
<b>Kontakt</b>			
Hochschule Magdeburg-Stendal (FH) Burkhard von Velsen-Zerweck Osterburger Straße 25 39576 Stendal		Tel.: 0 39 31/21 87-48 48 Fax : Mail: burkhard.von-velsen@stendal.hs- magdeburg.de www.stendal.hs-magdeburg.de	

<b>Human Culture Akademie GmbH</b>			
Human Culture Akademie GmbH, international tätige Berater, Trainer und Coaches mit langjähriger Erfahrung in den Bereichen Telefonmarketing, Vertrieb, Verkauf, Außen- und Innendienst, Führung, Kommunikation, Team- und Persönlichkeitsentwicklung, Strategieplanung und Organisation. Arbeit sowohl für Wirtschaft als auch Organisationen. Büros in Regensburg, Ahrensburg und Toscolano Maderno (Gardasee). Entstanden aus dem Roland Betz Team.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	-	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	x	
	Personalrecruting	-	
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
Human Culture Akademie GmbH Falk Ruckruh Bruderwöhrdstraße 15b 93055 Regensburg - Ostenviertel		Tel.: 09 41/69 89 86 30 Fax : Mail: Ruckruh@t-online.de www.betz-team.de	

<b>HUMAN RESOURCES SERVICE</b>																											
<p>HUMAN RESOURCES SERVICE unterstützt Sie, Ihren Dialog erfolgreicher zu gestalten:            Erstens den Dialog der Führungskräfte mit ihren Mitarbeitern und zweitens den Dialog der Mitarbeiter mit dem Kunden.            Zu einem gesunden Unternehmen mit gesunden Ergebnissen gehören gesunde Mitarbeiter: Ergänzend unterstütze ich Sie deshalb mit Gesundheitsmanagement - vom täglichen Arbeitsplatz bis zu sportlichen Zusatzangeboten.</p>	<p><b>Dienstleistung</b></p> <table border="1"> <tr><td>Adresslieferer</td><td>-</td></tr> <tr><td>Fullfillment</td><td>-</td></tr> <tr><td>Inbound</td><td>-</td></tr> <tr><td>Lettershop</td><td>-</td></tr> <tr><td>Outbound</td><td>-</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td>x</td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td colspan="2"><b>Consulting</b></td></tr> <tr><td>Beratung Callcenter</td><td>-</td></tr> <tr><td>Ergonomie</td><td>x</td></tr> <tr><td>Konzeption</td><td>-</td></tr> <tr><td>Personalrecruting</td><td>x</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td>x</td></tr> </table>	Adresslieferer	-	Fullfillment	-	Inbound	-	Lettershop	-	Outbound	-	Sonstiges	x			<b>Consulting</b>		Beratung Callcenter	-	Ergonomie	x	Konzeption	-	Personalrecruting	x	Sonstiges	x
	Adresslieferer	-																									
	Fullfillment	-																									
	Inbound	-																									
	Lettershop	-																									
	Outbound	-																									
	Sonstiges	x																									
	<b>Consulting</b>																										
	Beratung Callcenter	-																									
	Ergonomie	x																									
	Konzeption	-																									
Personalrecruting	x																										
Sonstiges	x																										
<b>Kontakt</b>																											
<p>HUMAN RESOURCES SERVICE            Christiane Gladen            Jöckern 11b            46487 Wesel am Rhein - Bislich</p>	<p>Tel.: 02859/90 1922            Fax :            Mail: <a href="mailto:christiane.gladen@hr-service.info">christiane.gladen@hr-service.info</a>  <a href="http://www.hr-service.info">www.hr-service.info</a></p>																										

<b>HVB Direkt GmbH</b>		<b>Finanzdienstleistungsbranche</b>																										
<p>Als Mitglied der HVB Group agiert die HVB Direkt seit 1993 als Customer Care Dienstleister der HVB AG und für verschiedene Branchen am freien Markt. Neben einem gewachsenen Know-how in der Konzeption und Umsetzung erfolgreicher Kundenbetreuungskonzepte gehört zum Angebot auch die ganzheitliche Abbildung von Prozessketten. Das bedeutet Beratung, Customer Care und Trainingsleistungen aus einer Hand.</p>	<p><b>Dienstleistung</b></p> <table border="1"> <tr><td>Adresslieferer</td><td>-</td></tr> <tr><td>Fullfillment</td><td>-</td></tr> <tr><td>Inbound</td><td>x</td></tr> <tr><td>Lettershop</td><td>-</td></tr> <tr><td>Outbound</td><td>x</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td>x</td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td colspan="2"><b>Consulting</b></td></tr> <tr><td>Beratung Callcenter</td><td>x</td></tr> <tr><td>Ergonomie</td><td>-</td></tr> <tr><td>Konzeption</td><td>x</td></tr> <tr><td>Personalrecruting</td><td>x</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td>x</td></tr> </table>	Adresslieferer	-	Fullfillment	-	Inbound	x	Lettershop	-	Outbound	x	Sonstiges	x			<b>Consulting</b>		Beratung Callcenter	x	Ergonomie	-	Konzeption	x	Personalrecruting	x	Sonstiges	x	
	Adresslieferer	-																										
	Fullfillment	-																										
	Inbound	x																										
	Lettershop	-																										
	Outbound	x																										
	Sonstiges	x																										
	<b>Consulting</b>																											
	Beratung Callcenter	x																										
	Ergonomie	-																										
	Konzeption	x																										
Personalrecruting	x																											
Sonstiges	x																											
<b>Kontakt</b>																												
<p>HVB Direkt GmbH            Susanne Lang            Freibadstraße 30            81543 München - Untergiesing</p>	<p>Tel.: 089/558 77            Fax :            Mail: <a href="mailto:Susanne.Lang@hvbdirekt.de">Susanne.Lang@hvbdirekt.de</a>  <a href="http://www.hvbdirekt.de">www.hvbdirekt.de</a></p>																											

<b>JCG Consulting Group</b>																											
<p>Die JCG Consulting Group ist ein Beratungsunternehmen, das sich auf Vertrieb, Direktmarketing und Customer Care spezialisiert hat. Neben der Planung, Implementierung, Controlling, Processing und Budgetierung von Customer Care Centern setzt das Unternehmen Vertriebs-Workshops und Schulungen in diesen Disziplinen erfolgreich um und betreut führende deutschen Telemarketing-Dienstleister, Inhouse-Call Center und mittelständische Unternehmen in der Optimierung Ihrer Units.</p> <p>Der Anspruch der JCG ist es, für Ihre Kunden wirkliche Mehrwerte zu generieren und nach einer ersten Bestandsaufnahme der individuellen Herausforderung bereits echte, messbare Ziele zu fixieren, die es dann kreativ und pragmatisch zugleich umzusetzen gilt.</p> <p>Die JCG Consulting Group verfügt über ein einzigartiges Partnernetzwerk von Spezialisten aus allen Fachbereichen, die Sie in der Umsetzung Ihrer erfolgreichen Vertriebs- und Marketingstrategien unterstützen.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"><b>Dienstleistung</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Adresslieferer</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Fullfillment</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Inbound</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Lettershop</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Outbound</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Consulting</b></td> </tr> <tr> <td>Beratung Callcenter</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Ergonomie</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Konzeption</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Personalrecluting</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges</td> <td>x</td> </tr> </tbody> </table>	<b>Dienstleistung</b>		Adresslieferer	-	Fullfillment	-	Inbound	x	Lettershop	-	Outbound	x	Sonstiges	x	<b>Consulting</b>		Beratung Callcenter	x	Ergonomie	-	Konzeption	x	Personalrecluting	x	Sonstiges	x
	<b>Dienstleistung</b>																										
	Adresslieferer	-																									
	Fullfillment	-																									
	Inbound	x																									
	Lettershop	-																									
	Outbound	x																									
	Sonstiges	x																									
	<b>Consulting</b>																										
	Beratung Callcenter	x																									
	Ergonomie	-																									
	Konzeption	x																									
Personalrecluting	x																										
Sonstiges	x																										
<b>Kontakt</b>																											
JCG Consulting Group Patricia Jurascheck Kaiserswerther Straße 115 40880 Ratingen - West	Tel.: 0 21 02/4 2097-0 Fax : Mail: patricia.juraschek@jcg-group.de www.jcg-group.de																										

<b>KnowHow 4U</b>		<b>Banken, Versicherungen, Medien &amp; CC</b>																										
<p>Business: Six Sigma Workflow &amp; CRM Lösungen Beratung und Unterstützung Projektmanagement Call Center Lösungen Outsourcing Lösungen</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"><b>Dienstleistung</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Adresslieferer</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Fullfillment</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Inbound</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Lettershop</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Outbound</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td colspan="2"><b>Consulting</b></td> </tr> <tr> <td>Beratung Callcenter</td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Ergonomie</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Konzeption</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Personalrecluting</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Sonstiges</td> <td>x</td> </tr> </tbody> </table>	<b>Dienstleistung</b>		Adresslieferer	-	Fullfillment	-	Inbound	-	Lettershop	-	Outbound	-	Sonstiges	x	<b>Consulting</b>		Beratung Callcenter	x	Ergonomie	-	Konzeption	-	Personalrecluting	-	Sonstiges	x	
	<b>Dienstleistung</b>																											
	Adresslieferer	-																										
	Fullfillment	-																										
	Inbound	-																										
	Lettershop	-																										
	Outbound	-																										
	Sonstiges	x																										
	<b>Consulting</b>																											
	Beratung Callcenter	x																										
	Ergonomie	-																										
	Konzeption	-																										
Personalrecluting	-																											
Sonstiges	x																											
<b>Kontakt</b>																												
KnowHow 4U Volker Bannasch Richard-Byrd-Straße 43a 50829 Köln - Ossendorf	Tel.: 0221/356 1381 Fax : Mail: vb@knowhow4u.de www.knowhow4u.de																											

<b>KOM-Coaching</b>		<b>Versicherungs- und Finanzdienstleistungsbranche</b>	
<p>KOM-Coaching fördert die Kreativität, die Freude am Telefonieren und vor allem die Stärken Ihrer Telefon-Persönlichkeit. Sie erhalten keine vorgefertigten Muster, sondern einen reichhaltigen „Telefon-Werkzeugkasten“, aus dem Sie die für Sie passenden Werkzeuge wählen. Besonderer Schwerpunkt: Telefonsche Terminvereinbarungen.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	-	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	x	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	x	
	Personalrecruiting	x	
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
<p>KOM-Coaching Nicola Fritze Körnerstraße 10785 Berlin - Tiergarten</p>		<p>Tel.: Fax : Mail: nicolafritze@gmx.de www.kom-coahing.com</p>	

<b>KREUZER Dialogmarketing GmbH</b>			
<p>KREUZER Dialogmarketing GmbH ist ein international tätiges Unternehmen und versteht sich als Full-Service-Anbieter im Bereich Call Center.</p> <p>Zu unserem Kundenstamm gehören kleine, mittlere sowie grosse Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen.</p> <p>Unser Team besteht aus sehr gut ausgebildeten und hochmotivierten Call Center-Agents und Projektleitern. Durch die langjährigen Erfahrungen und die intensive Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen können wir Ihnen die verschiedensten unternehmensspezifischen Vertriebslösungen anbieten.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	x	
	Fullfillment	-	
	Inbound	x	
	Lettershop	-	
	Outbound	x	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
	Personalrecruiting	-	
Sonstiges	x		
<b>Kontakt</b>			
<p>KREUZER Dialogmarketing GmbH Ralph Kreuzer jr. Am Hambuch 18 53340 Meckenheim, Rheinland</p>		<p>Tel.: 0222-5959123 Fax : 0222-5959199 Mail: info@kreuzer.com www.kreuzer.com</p>	

<b>LetterHouse GmbH</b>		<b>IT-Branche</b>		
<p>LetterHouse ist eine Direktmarketing &amp; Service Agentur, die sich auf die Planung und Durchführung von Marketingmaßnahmen im B-2-B Bereich spezialisiert hat. Mit maßgeschneiderten Konzepten, effizientem Projektmanagement und gezielten Telemarketing-Aktivitäten unterstützen wir vor allem Kunden aus der IT-Branche bei der optimalen Betreuung und effektiven Erweiterung des bestehenden Kundenstamms.</p>	<b>Dienstleistung</b>			
	Adresslieferer		x	
	Fullfillment		-	
	Inbound		-	
	Lettershop		x	
	Outbound		x	
	Sonstiges		x	
	<b>Consulting</b>			
	Beratung Callcenter		-	
	Ergonomie		-	
	Konzeption		-	
	Personalrecluting		-	
Sonstiges		-		
<b>Kontakt</b>				
<p>LetterHouse GmbH Annette Wachowski Pommernstraße 19 80809 München - Milbertshofen</p>		<p>Tel.: 0 89/89 04 17 24 Fax : Mail: info@letterhouse.de www.letterhouse.de</p>		
<b>LHD</b>				
<p>Speziell bieten wir unseren Auftraggebern folgendes Leistungsspektrum am:</p> <p>Kundenzufriedenheitsanalysen Umfragen Terminvereinbarungen Verkauf von Produkten Bestellannahme Firmennotdienste Kundenservice + Support</p> <p>Unser Erfolg und damit die Kundenzufriedenheit hängt nicht nur von der technischen Qualität, sondern auch vom guten Arbeitsklima innerhalb unseres Unternehmens ab.</p>		<b>Dienstleistung</b>		
		Adresslieferer	-	
		Fullfillment	-	
		Inbound	x	
		Lettershop	x	
		Outbound	x	
		Sonstiges	-	
		<b>Consulting</b>		
		Beratung Callcenter	-	
		Ergonomie	-	
		Konzeption	-	
		Personalrecluting	-	
		Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>				
<p>LHD Lars Huppertz Schlangewallstraße 16 45899 Gelsenkirchen - Horst</p>		<p>Tel.: 0209/177 10 52 Fax : Mail: lhd-service@email.de</p>		

<b>Mails are Us!</b>	<b>Kommunikationsdienstleistung</b>	
<p>Spezialisiert auf stark individualisierte Angebote mit geringen Volumina. Mehrstufige Outbound-Aktionen. Regelmäßige Betreuung des Info@firma.de - Buttons, Aktions- und Projektbezogen oder für den Overflow des Kommunikationsaufkommens. Wir arbeiten stets Kunden-orientiert, kompetent und freundlich. Im Mittelpunkt unserer Arbeit steht der Kontakt von Mensch zu Mensch. Reporting und individuelle Analyse. Spezialisten-Netzwerk für begleitende Dienstleistungen, Marketing-Konzepte und Durchführung. Beratung und Controlling für Ihre Inhouse-Lösung</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	x
	Lettershop	-
	Outbound	-
	Sonstiges	x
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	x
	Personalrecruting	-
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
<p>Mails are Us! Heike Wagner Im Weiber 12 65812 Bad Soden</p>	<p>Tel.: 06196/56 1287 Fax : Mail: info@mails-are-us.de www.mails-are-us.de</p>	

<b>MarketDialog GmbH</b>	<b>Outbound Telemarketing</b>	
<p>MarketDialog ist der Spezialist für Outbound Telemarketing. Unsere Vision ist es Marktführer zu sein - Marktführer nicht gemessen an der Größe - wir wollen Marktführer gemessen an der Qualität sein. Qualität aus der Sicht der Kunden!</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	x
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	x
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	x
	Personalrecruting	-
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
<p>MarketDialog GmbH Kai Mario Abel Königsberger Straße 1 60487 Frankfurt am Main - Bockenheim</p>	<p>Tel.: 01805/038888 Fax : 069/254926-66 Mail: kai.m.abel@marketdialog.com www.marketdialog.com</p>	

<b>MS Vertriebsunterstützung</b>		<b>Outbound für Industrie, Steuerkanzlein und Buchführungsgesellschaften</b>	
Gewinnung von Neukunden - Reaktivierung von Bestands- und Exkunden - Direktverkauf Ihrer Produkte und Dienstleistungen - Steigerung der Making-Reponse-Quote - After Sales Bereich - Unterstützung des Vertriebes und Aussendienstes - Qualifizierung von Adressen	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	<b>x</b>	
	Sonstiges	<b>x</b>	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	<b>x</b>	
	Konzeption	-	
Personalrecruting	<b>x</b>		
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
MS Vertriebsunterstützung Martin Schneider Roseggerstraße 9 31061 Alfeld, (Leine)		Tel.: 05181/852882 Fax : Mail: info@mscallcenter.de www.mscallcenter.de	

<b>MTM Multi - Tele -</b>		<b>Versandhandel, Fachberatung</b>	
Marketing - GmbH1996 gegr., durch die GF. Modernste Technik. 140 Mitarb. Mehrsprachig. Korrespondenzbearbeitung.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	<b>x</b>	
	Inbound	<b>x</b>	
	Lettershop	<b>x</b>	
	Outbound	<b>x</b>	
	Sonstiges	<b>x</b>	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
Personalrecruting	-		
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
MTM Multi - Tele - Karin Gailus Hanns-Martin-Schlexer-Straße 37 47877 Willich-Münchheide		Tel.: +49 (2154) 956-242 Fax : Mail: Karin_Gailus@mtm-center.de www.mtm-center.de	

<b>Musiol Telefonmarketing</b>																									
<p>Speziell kleine Unternehmen und Existenzgründer setzen Telefonmarketing gern ein, weil es für ein schmales Budget die individuelle und direkte Form des Marketings ist. Sie können durch gezielte Akquise Ihren Umsatz steigern. Sie haben die Chance Ihre Kunden zu binden. Dies ist heute wichtiger denn je.</p> <p>Sie sparen Kosten. Telefonmarketing ist unbestritten eine preisgünstige Form des Marketings.</p> <p>Sie sparen Zeit.</p> <p>Telefonmarketing bearbeitet Ihre Messe-Kontakte, Mailings usw. zeitnah.</p> <p>Sie binden Kunden.</p> <p>Telefonmarketing leistet eine persönliche und individuelle Kundenansprache.</p> <p>Sie steigern Umsatz. Telefonmarketing kann durch gezielte Akquise mehr Umsatz generieren.</p> <p>Das Telefonmarketing ist Unterstützung für Ihr Marketing, für Ihren Vertrieb oder Wegbereiter für Ihren Außendienst.</p> <p>Musiol Telefonmarketing entlastet Sie, damit Sie sich um Ihre Kernaufgaben kümmern können.</p>	<p><b>Dienstleistung</b></p> <table border="1"> <tr><td>Adresslieferer</td><td>-</td></tr> <tr><td>Fullfillment</td><td>-</td></tr> <tr><td>Inbound</td><td>-</td></tr> <tr><td>Lettershop</td><td>-</td></tr> <tr><td>Outbound</td><td><b>x</b></td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td>-</td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table> <p><b>Consulting</b></p> <table border="1"> <tr><td>Beratung Callcenter</td><td>-</td></tr> <tr><td>Ergonomie</td><td>-</td></tr> <tr><td>Konzeption</td><td>-</td></tr> <tr><td>Personalrecruting</td><td>-</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td>-</td></tr> </table>	Adresslieferer	-	Fullfillment	-	Inbound	-	Lettershop	-	Outbound	<b>x</b>	Sonstiges	-			Beratung Callcenter	-	Ergonomie	-	Konzeption	-	Personalrecruting	-	Sonstiges	-
	Adresslieferer	-																							
	Fullfillment	-																							
	Inbound	-																							
	Lettershop	-																							
	Outbound	<b>x</b>																							
	Sonstiges	-																							
	Beratung Callcenter	-																							
	Ergonomie	-																							
	Konzeption	-																							
	Personalrecruting	-																							
Sonstiges	-																								
<b>Kontakt</b>																									
Musiol Telefonmarketing Detlef Musiol Veitstraße 11 13507 Berlin - Tegel	Tel.: 030/23361216 Fax : 030/23361217 Mail: dm@detlefmusiol.de www.detlefmusiol.de																								

<b>Agentur CallcenterCoaching</b>		<b>Training/Seminar Telefonakquise</b>																									
<p>Die Agentur CallcenterCoaching in Hamburg- Telefontraining und Akquisecoaching. Geführt von Kirstin Nickelsen, Trainerin, Mediatorin und Ausbilderin</p>	<p><b>Dienstleistung</b></p> <table border="1"> <tr><td>Adresslieferer</td><td>-</td></tr> <tr><td>Fullfillment</td><td>-</td></tr> <tr><td>Inbound</td><td>-</td></tr> <tr><td>Lettershop</td><td>-</td></tr> <tr><td>Outbound</td><td>-</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td>-</td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table> <p><b>Consulting</b></p> <table border="1"> <tr><td>Beratung Callcenter</td><td><b>x</b></td></tr> <tr><td>Ergonomie</td><td>-</td></tr> <tr><td>Konzeption</td><td>-</td></tr> <tr><td>Personalrecruting</td><td>-</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td><b>x</b></td></tr> </table>	Adresslieferer	-	Fullfillment	-	Inbound	-	Lettershop	-	Outbound	-	Sonstiges	-			Beratung Callcenter	<b>x</b>	Ergonomie	-	Konzeption	-	Personalrecruting	-	Sonstiges	<b>x</b>		
	Adresslieferer	-																									
	Fullfillment	-																									
	Inbound	-																									
	Lettershop	-																									
	Outbound	-																									
	Sonstiges	-																									
	Beratung Callcenter	<b>x</b>																									
	Ergonomie	-																									
	Konzeption	-																									
	Personalrecruting	-																									
Sonstiges	<b>x</b>																										
<b>Kontakt</b>																											
Agentur CallcenterCoaching Kirstin Nickelsen Philosophenweg 14 22763 Hamburg - Othmarschen		Tel.: 040/41406903 Fax : Mail: info@callcentercoaching.de www.callcentercoaching.de																									

<b>office direkt</b>																											
<p>Service-Center GmbHoffice direkt hat sich als Service-Center in den Branchen Technologie, IT/EDV, Telekommunikation, Elektrotechnik, Maschinenbau sowie im Bereich Fulfillment inkl. Lager, Logistik, Versand einen Namen gemacht. In den Bereichen EDV-Support-Hotline, Bestll-Hotline, Info-Hotline oder im Internet-Center für E-Commerce und E-Mail-Management arbeiten branchenspezialisierte Mitarbeiter. Weiterhin führt office direkt mit seinen Vertriebsprofis Outbound-Dienstleistungen wie Tele-Sales, Neukunden-Akquise, After-Sales-Service und Kundenbefragungen durch.</p>	<p><b>Dienstleistung</b></p> <table border="1"> <tr><td>Adresslieferer</td><td>-</td></tr> <tr><td>Fulfillment</td><td>x</td></tr> <tr><td>Inbound</td><td>x</td></tr> <tr><td>Lettershop</td><td>x</td></tr> <tr><td>Outbound</td><td>x</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td>x</td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td colspan="2"><b>Consulting</b></td></tr> <tr><td>Beratung Callcenter</td><td>-</td></tr> <tr><td>Ergonomie</td><td>-</td></tr> <tr><td>Konzeption</td><td>-</td></tr> <tr><td>Personalrecluting</td><td>-</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td>-</td></tr> </table>	Adresslieferer	-	Fulfillment	x	Inbound	x	Lettershop	x	Outbound	x	Sonstiges	x			<b>Consulting</b>		Beratung Callcenter	-	Ergonomie	-	Konzeption	-	Personalrecluting	-	Sonstiges	-
	Adresslieferer	-																									
	Fulfillment	x																									
	Inbound	x																									
	Lettershop	x																									
	Outbound	x																									
	Sonstiges	x																									
	<b>Consulting</b>																										
	Beratung Callcenter	-																									
	Ergonomie	-																									
	Konzeption	-																									
	Personalrecluting	-																									
Sonstiges	-																										
<b>Kontakt</b>																											
<p>office direkt Werner Gasper Lilienthalstraße 12 53424 Remagen</p>	<p>Tel.: 0 26 42/90 09 75 Fax : 0 26 42/90 09 76 Mail: info@Office-direkt.de www.office-direkt.de</p>																										

<b>partnerteams</b>																											
<p>Die partnerteams Unternehmensberatung oHG berät und begleitet ihre Kunden in den Bereichen Service und Vertrieb. Die Leistungspalette erstreckt sich von der Call Center Führung und Steuerung, Qualitäts-Management über Kommunikationstrainings bis zur Implementierung von technischer Infrastruktur. Referenzkunden: AOK Hessen, Axa, ebay, Eurohypo, LVM Versicherungen, Roche Diagnostics, Wella, u.a.</p>	<p><b>Wir arbeiten mit allen Branchen, habe aber langjährige Erfahrungen mit Banken und Finanzdienstleistern, Versicherungen, Krankenkassen, Pharma und Telekommunikation</b></p> <p><b>Dienstleistung</b></p> <table border="1"> <tr><td>Adresslieferer</td><td>-</td></tr> <tr><td>Fulfillment</td><td>-</td></tr> <tr><td>Inbound</td><td>x</td></tr> <tr><td>Lettershop</td><td>-</td></tr> <tr><td>Outbound</td><td>x</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td>x</td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td colspan="2"><b>Consulting</b></td></tr> <tr><td>Beratung Callcenter</td><td>x</td></tr> <tr><td>Ergonomie</td><td>-</td></tr> <tr><td>Konzeption</td><td>x</td></tr> <tr><td>Personalrecluting</td><td>x</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td>x</td></tr> </table>	Adresslieferer	-	Fulfillment	-	Inbound	x	Lettershop	-	Outbound	x	Sonstiges	x			<b>Consulting</b>		Beratung Callcenter	x	Ergonomie	-	Konzeption	x	Personalrecluting	x	Sonstiges	x
	Adresslieferer	-																									
	Fulfillment	-																									
	Inbound	x																									
	Lettershop	-																									
	Outbound	x																									
	Sonstiges	x																									
	<b>Consulting</b>																										
	Beratung Callcenter	x																									
	Ergonomie	-																									
	Konzeption	x																									
	Personalrecluting	x																									
Sonstiges	x																										
<b>Kontakt</b>																											
<p>partnerteams Thomas Thielen Carl-Ulrich-Straße 60 64297 Darmstadt - Eberstadt</p>	<p>Tel.: 0 61 51/60 18-90 Fax : 0 61 51/60 17-96 Mail: tthielen@partnerteams.de www.partnerteams.de</p>																										

<b>Telefonmarketing Paulsen</b>		<b>B2B</b>	
Wir sind ein kleines Callcenter das sehr viel Wert auf Qualität legt und diese auch durch wenige aber sehr kompetente und zuverlässige Mitarbeiter auf dauer bieten kann.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	<b>x</b>	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
	Personalrecruting	-	
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
Telefonmarketing Paulsen Sadia Paulsen Batenbrocker Straße 63 45329 Essen, Ruhr - Karnap		Tel.: 0201/38 23 02 Fax : Mail: gerhardsadia@aol.com	

<b>Perspektive GmbH</b>			
Die Wirkung am Telefon ist intensiv und hat ihre eigenen Gesetze. In klassischen Seminaren kann dies nur in Ansätzen vermittelt werden. Im Telefon-College wird daher direkt am Telefon trainiert mit PC-Unterstützung, ergänzt durch Wissen im Internet und einen elektronischen Gesprächsleitfaden. Weitere Infos unter <a href="http://www.telefon-college.de">www.telefon-college.de</a> .	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	-	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
	Personalrecruting	-	
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
Perspektive GmbH Ralph Treier Deutzer Freiheit 92 50679 Köln - Deutz		Tel.: 0221/3 10 54 10 Fax : Mail: rtreier@perspektivegmbh.de <a href="http://www.telefon-college.de">www.telefon-college.de</a>	

<b>PHOCUS DIRECT</b>		<b>Spezialisierung im Bereich erklärungsbedürftiger/ beratungsintensiver Produkte und Dienstleistungen mit starker B2B-Fokussierung;</b>	
<p>Die phocus direct communication ist die Agentur für integriertes Dialogmanagement der PHOCUS MARKETING GROUP mit prominenter Nischen-Positionierung. Mit der konsequenten Fokussierung auf das Multichannel-Marketing (intelligente Kombination von klassischen Direktmarketing, eMail-Marketing und Telefonmarketing) setzen wir auf die mitbewerbsüberragende Weiterentwicklung des traditionellen Call-Center- und Dialogmarketing-Ansatzes. Dies bedeutet für unsere Kunden „höhere Erfolgsquoten bei gleichen Budgets“ bzw. „stabile Erfolgsquoten bei gleichzeitiger Budgetreduzierung“.</p> <p>Unsere langjährige Erfahrung hat uns bestätigt, dass die erfolgreiche Realisierung von eBusiness-CRM sowie vertriebs-/serviceunterstützenden Maßnahmen der Kompetenzbündelung aus Call-Center-, Beratungs-, Dialogmarketing und IT-Knowhow bedürfen. Diese Kompetenzbündelung haben wir sowohl in unseren Profolio als auch in unserer Organisation verankert.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	x	
	Fullfillment	x	
	Inbound	x	
	Lettershop	x	
	Outbound	x	
	Sonstiges	x	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	x	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	x	
	Personalrecluting	-	
Sonstiges	x		
<b>Kontakt</b>			
PHOCUS DIRECT Philipp Moder Poppelstraße 9a 90419 Nürnberg, Mittelfranken - St Johannis		Tel.: 09 11/93 34-1 15 Fax : 09 11/93 34-1 11 Mail: pmoder@phocus-marketing.de www.phocus-direct.de	

<b>PhoneOfficeMailPartner</b>		<b>Telefonmarketing, Mailingservice</b>	
<p>Teleonakquise, Neukunden, Adressqualifizierung, Kundenzufriedenheitsbefrag ungen, Kundenbetreuung, Stammdatenbereinigung, Konzeption von Mailings + Durchführung, Büroservice, allg. Unterstützung im Vertrieb</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	x	
	Sonstiges	x	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
	Personalrecluting	-	
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
PhoneOfficeMailPartner Rebecca Henkel Feldstraße 29 65527 Niedernhausen, Taunus		Tel.: 0 61 27/7 89 45 Fax : Mail: henkel@pcom-partner.de www.phoneofficemailpartner.de	

<b>Plantronics GmbH</b>	<b>Hersteller</b>	
Headsets für fast alle Bereiche	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	-
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
	Personalrecruting	-
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
Plantronics GmbH Martin Fiegler Gildenweg 7 50354 Hürth	Tel.: 022 33/399-0 Fax : 022 33/399-399 Mail: info@plantronics.com http://www.plantronics.com	

<b>PLINKE TRAIN.</b>	<b>Service-intensive Unternehmen</b>	
gegründet 1988-tätig im Consulting und COM Center-Training-nearby offshore outsourcing von COM Centern-networker Referenzen in Industrie + Dienstleistung	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	-
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	<b>x</b>
	Ergonomie	-
	Konzeption	<b>x</b>
	Personalrecruting	<b>x</b>
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
PLINKE TRAIN. Heinz-Dieter Plinke Bahnhofstraße 42 42781 Haan, Rheinland	Tel.: 021 29/34 47 88 Fax : Mail: info@plinke-train.net www.plinke-train.net	

<b>plus.tel GmbH</b>		<b>Kreditkarten, Telekommunikation</b>		
<p>plus.tel ist weit mehr als eine Schnittstelle zwischen Ihrem Unternehmen und Ihren Kunden. Als modernes, vielseitiges Call- und Kommunikations- Center kümmern wir uns ganz individuell um Ihre Wünsche rund um die Themen Kundengewinnung und Kundenbindung.</p> <p>Customer Relationship Management stellt den systematischen Aufbau von Kundenbeziehungen in den Mittelpunkt des Unternehmens und sämtlicher Geschäftsprozesse. Und genau dabei wollen wir Sie unterstützen. Bleiben Sie im Dialog mit Interessenten und Kunden! Lernen Sie deren Wünsche kennen! Nur so können Sie neue Kunden gewinnen, bestehende an sich binden und verlorene Kunden zurückgewinnen.</p> <p>Gemeinsam erarbeiten wir eine individuelle Strategie, die genau auf Ihr Unternehmen und Ihre Aufgabenstellung abgestimmt ist. Von der Neukundengewinnung, über Bestell- oder Supporthotlines bis hin zu Pre- und Aftersales Befragungen: Wir bieten Ihnen ein breites Spektrum telefonischer Dienstleistungen.</p>	<b>Dienstleistung</b>			
	Adresslieferer		-	
	Fullfillment		x	
	Inbound		x	
	Lettershop		x	
	Outbound		x	
	Sonstiges			
	<b>Consulting</b>			
	Beratung Callcenter		x	
	Ergonomie		-	
	Konzeption		x	
	Personalrecruting		-	
Sonstiges		x		
<b>Kontakt</b>				
plus.tel GmbH Dirk Huffstadt Unterer Kaulberg 30 96049 Bamberg		Tel.: 09 51/9 67 02 10 Fax : Mail: infof@plustel.de www.plustel.de		

<b>PowerVoice Callcenter GmbH</b>				
<p>Die PowerVoice Callcenter GmbH besteht in dieser Form seit 01.01.2002 im neuen Netzwerk Krinerhaus in Graz. Wir bieten Ihnen professionelle Telefonie sowohl in der Entgegennahme von Gesprächen wie auch in der aktiven Gesprächsführung! Ein erfahrenes Team, bestens ausgebildete Mitarbeiter und eine erstklassige Software sorgen für eine professionelle und qualitative Abwicklung Ihrer Projekte! Überwiegend im B2B-Bereich haben wir in den letzten Jahren sowohl namhafte österreichische und deutsche Großunternehmen als auch eine Reihe von KMUs in ihrer direkten Kunden- und/oder Interessentenansprache sehr erfolgreich unterstützt. Wir freuen uns auch auf Sie!</p>	<b>Dienstleistung</b>			
	Adresslieferer		-	
	Fullfillment		-	
	Inbound		x	
	Lettershop		-	
	Outbound		x	
	Sonstiges		-	
	<b>Consulting</b>			
	Beratung Callcenter		-	
	Ergonomie		-	
	Konzeption		-	
	Personalrecruting		-	
Sonstiges		-		
<b>Kontakt</b>				
PowerVoice Callcenter GmbH Sabine Feuchter Pfeifferhofweg 28 8045 Graz		Tel.: +43 (3 16) 6995-422 Fax : Mail: feuchter@powervoice.at www.powervoice.at		

<b>Randstad Deutschland GmbH&amp;Co. KG</b>																											
<p>Randstad unterstützt Sie als Marktführer für Personaldienstleistungen mit flexiblen Personalkonzepten. Die Spezialisierung Callflex fokussiert sich auf die CC-Kernprofile</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ CC-Agents Inbound</li> <li>+ CC-Agents Outbound</li> <li>+ Teamleiter</li> </ul> <p>Profitieren Sie durch:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Reduzierung Ihrer Personalkosten</li> <li>. Hohe Flexibilität und Qualität im Pool-Management</li> <li>. Kostenersparnis über Steuerung der Produktivität</li> <li>. Maßgeschneiderte administrative Prozesse</li> <li>. Optimierte Arbeitsprozesse, wie Planung und Verwaltung</li> <li>. Europaweit ca. 6.500 erfahrene Randstad Call Center Agents</li> </ul>	<p><b>Dienstleistung</b></p> <table border="1"> <tr><td>Adresslieferer</td><td>-</td></tr> <tr><td>Fullfillment</td><td>-</td></tr> <tr><td>Inbound</td><td>-</td></tr> <tr><td>Lettershop</td><td>-</td></tr> <tr><td>Outbound</td><td>-</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td><b>x</b></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td colspan="2"><b>Consulting</b></td></tr> <tr><td>Beratung Callcenter</td><td>-</td></tr> <tr><td>Ergonomie</td><td>-</td></tr> <tr><td>Konzeption</td><td><b>x</b></td></tr> <tr><td>Personalrecruting</td><td><b>x</b></td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td><b>x</b></td></tr> </table>	Adresslieferer	-	Fullfillment	-	Inbound	-	Lettershop	-	Outbound	-	Sonstiges	<b>x</b>			<b>Consulting</b>		Beratung Callcenter	-	Ergonomie	-	Konzeption	<b>x</b>	Personalrecruting	<b>x</b>	Sonstiges	<b>x</b>
	Adresslieferer	-																									
	Fullfillment	-																									
	Inbound	-																									
	Lettershop	-																									
	Outbound	-																									
	Sonstiges	<b>x</b>																									
	<b>Consulting</b>																										
	Beratung Callcenter	-																									
	Ergonomie	-																									
Konzeption	<b>x</b>																										
Personalrecruting	<b>x</b>																										
Sonstiges	<b>x</b>																										
<b>Kontakt</b>																											
<p>Randstad Deutschland GmbH&amp;Co. KG            Gunther Jahn            Stiftstraße 18-20            60313 Frankfurt am Main</p>	<p>Tel.:            Fax :            Mail: <a href="mailto:gunther.jahn@de.randstad.com">gunther.jahn@de.randstad.com</a>  <a href="http://www.randstad.de">www.randstad.de</a></p>																										

<b>RedeZeit</b>																											
<p>RedeZeit bietet Ihnen branchenübergreifende Kommunikationsleistungen „aus der Praxis für die Praxis“.</p> <p>Mit mehr als 10 Jahren Erfahrung in den Bereichen Kundenkommunikation und Vertrieb entwickeln wir individuelle und vor allem umsetzbare Lösungen speziell für die Anforderungen kleiner und mittelständischer Unternehmen und Betriebe. Von der Analyse Ihrer Kundenkommunikation über die gemeinsame Entwicklung von Maßnahmen bis hin zur Begleitung bei der Umsetzung Ihrer Kommunikationskampagnen haben Sie mit RedeZeit einen kompetenten und erfahrenen Partner an Ihrer Seite.</p>	<p><b>Dienstleistung</b></p> <table border="1"> <tr><td>Adresslieferer</td><td>-</td></tr> <tr><td>Fullfillment</td><td>-</td></tr> <tr><td>Inbound</td><td>-</td></tr> <tr><td>Lettershop</td><td>-</td></tr> <tr><td>Outbound</td><td><b>x</b></td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td><b>x</b></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td colspan="2"><b>Consulting</b></td></tr> <tr><td>Beratung Callcenter</td><td>-</td></tr> <tr><td>Ergonomie</td><td>-</td></tr> <tr><td>Konzeption</td><td><b>x</b></td></tr> <tr><td>Personalrecruting</td><td>-</td></tr> <tr><td>Sonstiges</td><td>-</td></tr> </table>	Adresslieferer	-	Fullfillment	-	Inbound	-	Lettershop	-	Outbound	<b>x</b>	Sonstiges	<b>x</b>			<b>Consulting</b>		Beratung Callcenter	-	Ergonomie	-	Konzeption	<b>x</b>	Personalrecruting	-	Sonstiges	-
	Adresslieferer	-																									
	Fullfillment	-																									
	Inbound	-																									
	Lettershop	-																									
	Outbound	<b>x</b>																									
	Sonstiges	<b>x</b>																									
	<b>Consulting</b>																										
	Beratung Callcenter	-																									
	Ergonomie	-																									
Konzeption	<b>x</b>																										
Personalrecruting	-																										
Sonstiges	-																										
<b>Kontakt</b>																											
<p>RedeZeit            Nannette Kluschinski            Bauersgasse 12            96231 Bad Staffelstein</p>	<p>Tel.: 09575/2225580            Fax :            Mail: <a href="mailto:nk@redezeit.info">nk@redezeit.info</a>  <a href="http://www.redezeit.info">www.redezeit.info</a></p>																										

<b>Rswn Rechtsanwälte Steuerberater</b>		
<p>Partnerschaftsgesellschaft Rswn bietet Call Centern umfassende rechtliche und steuerliche Beratung in allen relevanten Bereichen u.a. des Wirtschafts-, Arbeits-, Telekommunikations- und Datenschutzrechts auch unter Berücksichtigung wirtschaftlicher Aspekte. Darüber hinaus hat sie sich auf Debitorenmanagement-Lösungen spezialisiert.</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	-
	Sonstiges	<b>x</b>
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	<b>x</b>
	Ergonomie	-
	Konzeption	<b>x</b>
	Personalrecluting	-
Sonstiges	<b>x</b>	
<b>Kontakt</b>		
<p>Rswn Rechtsanwälte Steuerberater Manuel Schindler Lindenstraße 14 50674 Köln</p>	<p>Tel.: 0221/1308090 Fax : Mail: kontakt@rswn.de www.rswn.de</p>	

<b>S &amp; W call center AG</b>		<b>Verlage, Handel, IT</b>
<p>TeleMedien/Call Center:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fax-Dienstleistungen,</li> <li>• Inbound-Telemarketing,</li> <li>• Outbound-Telemarketing</li> </ul> <p>Die S &amp; W Call Center AG hat Ihren Ursprung in einer traditionsreichen Trainings- und Telemarketing Agentur.</p> <p>Mit unserer Unternehmensgründung am 01. September 2002 haben wir deren Know-how im Bereich Kommunikation, Vertrieb und Verkauf zu unserer Kernkompetenz gemacht und bieten heute maßgeschneiderte Call Center Services an. Unser Schwerpunkt: Outbound-Leistungen. Das und unsere erfahrenen Kollegen - allesamt motivierte Profis - sind unser Kapital. Wir sorgen für den persönlichen, erfolgreichen Dialog zwischen Ihnen und Ihren Kunden oder Geschäftspartnern. Wir freuen uns darauf, von Ihnen zu hören.</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	<b>x</b>
	Lettershop	-
	Outbound	<b>x</b>
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
	Personalrecluting	-
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
<p>S &amp; W call center AG Thomas Wurl Steinbeisstraße 4 71229 Leonberg, Württemberg</p>	<p>Tel.: 07152/935-0 Fax : 07152/935-445 Mail: info@sw-callcenter.de www.sw-callcenter.de</p>	

<b>SALE direct Dialog Center GmbH</b>	<b>Medien, auch Finanz-DL</b>	
<p>Dies sind einige ausgewählte Beispiel-Themen:            Verkaufen per Telefon (Anzeigen, Abonnements, Waren aller Art)            Qualifizieren und aktivieren am Telefon (Kontakte für Nachfass, Personen für Einladungen, Aktualität der Adressen, Bedarfs-Analyse...)            Wandeln via abschluss-gerichtete Telefonate (Interessierte zu Käufern, „Kalt“-Kontakte zu Terminen, Messe-Gespräche zu Besuchen, Anforderer zu Test-Käufern, Alt-Kunden zu Stamm-Käufern...)            Empfänger-orientierte Telefon-Kommunikation für Außendienst-Spezialisten (die an vis-a-vis-Kommunikation gewöhnt sind)            Und welches Thema möchten Sie gelöst haben?</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	-
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	x
	Ergonomie	-
	Konzeption	x
Personalrecruting	x	
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
SALE direct Dialog Center GmbH Hans-Peter Reiter Gautinger Straße 1 82061 Neuried	Tel.: 089/74 52 92-0 Fax : 089/74 52 92-22 Mail: reiter@reiter-medienconsulting.de www.reiter-medienconsulting.de	

<b>Sales &amp; TeleMarketing Consult</b>	<b>IT, TK, Pharma, Werbemittel, Brauerei, Messen, Automobilhandel, Versicherungen uvm</b>	
<p>10jährige Erfahrung im Aufbau und Betrieb von CallCentern und TM-Abteilungen, Projektverantwortung für mehr als 50 Projekte und über 250.000 Calls.</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	-
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	x
	Ergonomie	x
	Konzeption	x
Personalrecruting	x	
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
Sales & TeleMarketing Consult Toni Hüpfel	Tel.: Fax : Mail: huepfl@t-online.de	

<b>Schmeiser Marketing</b>		<b>branchenneutral Erfahrungen im Baugewerbe und EDV- Bereich</b>	
Wir haben uns auf kleine und mittlere Unternehmen spezialisiert, die Telefonmarketing einsetzen oder optimieren möchten. Dabei legen wir Wert auf Praxiswissen und „learning by training“. In- oder outbound, ein oder zwanzig Mitarbeiter, fünfzig oder fünfhundert Anrufe pro Woche - professionelles Telefonieren kann man lernen. Nichts kann so vernichtend sein, wie ein Kunde, der mit einem schlechten Gefühl den Hörer auflegt.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	-	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	x	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	x	
	Personalrecruting	-	
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
Schmeiser Marketing Ute Schmeiser Kämperdick 36 46459 Rees		Tel.: 028 50/41 67 78 Fax : Mail: us@schmeiser-marketing.de www.schmeiser-marketing.de	

<b>service4sales GmbH</b>			
Bietet kleineren und mittleren Unternehmen Vertriebssteuerung, Vertriebscontrolling und Unterstützung des Außendienstes an. Ein individuell geschnürtes Paket von Vertriebsaktivitäten, zu denen auch telefonische Kundenbetreuung und Telefonmarketing gehören, ermöglicht u. a. ausländischen Firmen einen kostengünstigen Eintritt in den deutschen Markt.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	x	
	Lettershop	-	
	Outbound	x	
	Sonstiges	x	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
	Personalrecruting	-	
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
service4sales GmbH Uwe Christensen Dorfstraße, Alte Feuerwache 21376 Eyendorf		Tel.: 041 72/98 78-0 Fax : Mail: info@service4sales.de	

<b>Strike Dialogmarketing GmbH &amp; Co.KG</b>		
	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	<b>x</b>
	Fullfillment	-
	Inbound	<b>x</b>
	Lettershop	-
	Outbound	<b>x</b>
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
	Personalrecruting	-
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
Strike Dialogmarketing GmbH & Co.KG Sylvio Neumark Einsteinstraße 24 76275 Ettlingen	Tel.: 07243/532-0 Fax : 07243/532-190 Mail: S.Neumark@Strike-Dialogmarketing.de www.Strike-Dialogmarketing.de	

<b>Taptel callcenter GmbH</b>	<b>Telekommunikation, Finanz- und Versicherung-DL, Luftverkehr, Versandhandel</b>	
<p>Die TAPTEL call center gmbh bietet seit 1997 maßgeschneiderte Dienstleistungen rund um die integrierte Kundenkommunikation. An unseren CallCenter-Standorten Fulda und Wittenberge sind mehr als 180 fest angestellte Mitarbeiter 24 Stunden täglich im Einsatz und garantieren eine hohe Erreichbarkeit und hervorragende Kontaktqualität.</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	<b>x</b>
	Inbound	<b>x</b>
	Lettershop	-
	Outbound	<b>x</b>
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	<b>x</b>
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
	Personalrecruting	<b>x</b>
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
Taptel callcenter GmbH Ute Behrmann Alexanderplatz 5 10178 Berlin	Tel.: 030/24 08 76 43 Fax : Mail: info@taptel.de www.taptel.de	

<b>TeleConcept Telefonmarketing GmbH</b>		<b>EDV/IT,Gesundheitswesen, herstellende Industrie</b>	
100%iger Outbunder mit Schwerpunkt der Adressenqualifizierung, Leadgenerierung, Bedarfsanalyserstellung, Messe Vor- und Nachbereitung und Terminvereinbarung bis hin zum TeleSales.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	x	
	Fullfillment	x	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	x	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
	Personalrecruting	-	
Sonstiges	-		
<b>Kontakt</b>			
TeleConcept Telefonmarketing GmbH Frank Ringmann Feilenstraße 5 45141 Essen, Ruhr - Nordviertel		Tel.: 02 01/8 32 16-10 Fax : 02 01/8 32 16-13 Mail: fri@teleconcept-gmbh.de www.teleconcept-gmbh.de	

<b>teleorga B2B Telemarketing</b>		<b>Unternehmen der Assekuranz und Finanzdienstleistung, Wirtschaftsförderer, Unternehmensberater und Personalmanager</b>	
Wir bieten konkrete Lösungen an: Personalwerbung und Makleraktivierung für die Assekuranz, Investorensuche für Unternehmen in Insolvenz, Akquisition von Standortinvestoren, Projektsupport Bodyleasing, Terminvereinbarungen für Ihren Außendienst	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	x	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	x	
	Personalrecruting	x	
Sonstiges	x		
<b>Kontakt</b>			
teleorga B2B Telemarketing Frank Herold Oberbilker Allee 88 40227 Düsseldorf - Oberbilk		Tel.: 0211/7705208 Fax : +49 (1805) 62 45 62-355 Mail: erfolg@teleorga.de www.teleorga.de	

Teleservice Marketing	aktive Telefonvertriebsagentur für Telefonverkauf und Terminmarketing	
<p>Telefonmarketing Agentur, gegründet 1999, derzeit 23 Telefonverkäufer. Spezialisiert auf Aquisition, Direktverkauf und Terminvereinbarung. Kampagnen &amp; Projektbegeleitung.</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	x
	Sonstiges	x
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
	Personalrecruting	-
Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>		
<p>Teleservice Marketing Thorben Fritz Bäckerstraße 6 02826 Görlitz, Neiße</p>	<p>Tel.: 0 35 81/76 20 Fax : Mail: info@teleservice-marketing.net www.teleservice-marketing.net</p>	

TMA TeleMarketing Ackerler GmbH	Unser Branchenschwerpunkt ist der Versandhandel	
<p>Wir sind ein innovatives Call Center mit 65 voll ausgestatteten PC Arbeitsplätzen und arbeiten mit 100 MitarbeiterInnen an 365 Tagen im Jahr von 0:00 - 24:00 Uhr</p> <p>Branche: Unser Schwerpunkt ist die Beratung und mittelständischen Betrieben. Profil: Wir bilden Ihr Personal nach modernen Trainingsmethoden in Ihrem oder unserem Haus aus. Wir haben spezielle Einstellungstests zur Rekrutierung von Agenten und Teamleitern entwickelt.</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	x
	Lettershop	-
	Outbound	x
	Sonstiges	-
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	x
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
	Personalrecruting	x
Sonstiges	x	
<b>Kontakt</b>		
<p>TMA TeleMarketing Ackerler GmbH Christiane Jürgensmann Hindenburgstraße 35 58095 Hagen, Westfalen - Mittelstadt</p>	<p>Tel.: 02331/37 72-0 Fax : Mail: infon@tmackerler.de www.tmackerler.de</p>	

<b>TMS Telemarketing Service</b>		<b>Alle Branchen</b>	
Stuttgart GmbH Stark outbound-orientierte Telemarketingagentur mit ca. 100 computergestützten Arbeitsplätzen. Einsatz von Predictive Dialer (Voice over IP). 2 Standorte in Stuttgart mit ca. 200 Mitarbeitern. Direktsales, Umfragen, Adressqualifizierung etc.	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	<b>x</b>	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	<b>x</b>	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	<b>x</b>	
	Personalrecruiting	<b>x</b>	
	Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>			
TMS Telemarketing Service Holger Geiss Alexanderstraße 116 70180 Stuttgart - Süd		Tel.: 07 11/64 66-100 Fax : 07 11/64 66-111 Mail: info@tms-stuttgart.de www.tms-stuttgart.de	

<b>ulrich communications</b>		<b>Verlagswesen</b>	
Kleine, aber feine Outbound-Agentur, inhabergeführt. Wir erledigen Aufträge mit höchster Fachkompetenz, Marketing-Know-how und Liebe zum Beruf. That's it!	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	<b>x</b>	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
	Konzeption	-	
	Personalrecruiting	-	
	Sonstiges	-	
<b>Kontakt</b>			
ulrich communications Angelika Ulrich Hugo-Distler-Straße 50 90411 Nürnberg, Mittelfranken - Herrnhütte		Tel.: 09 11/9 56 90 48 Fax : Mail: info@ulrich-communications.de www.ulrich-communications.de/	

<b>V - P - P -</b>		<b>Konzeption / Strategie - Teamentwicklung - nur transparente Ziele wollen und können erreicht werden</b>	
<p>Analyse - Beratung - Begleitung Peter Müller &amp; Partner Vertrieb- Prozess - Projekt- Telefon-Beratung + Training + Doing</p> <p>Unsere Schwerpunkte: Teamentwicklung für Führungs und Projekt- / Arbeitsteams Vertriebs-, Kommunikations-Training für VK-ID und VK-AD Prozessoptimierungen durch Mitarbeiterworkshop - Moderationen- Analyse on the Job - Expertenberatung Full- + Part-Service bei CRM / Vertriebsprojekten.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	-	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	<b>x</b>	
	Ergonomie	-	
Konzeption	<b>x</b>		
Personalrecruiting	-		
<b>Sonstiges</b>	<b>x</b>		
<b>Kontakt</b>			
<p>V - P - P - T Peter Müller Schwalbenweg 3 c 57610 Altenkirchen, (Westerwald)</p>		<p>Tel.: 02681/3062 Fax : Mail: pm@pmc57.de www.pmc57.de</p>	

<b>TeleMarketing Willamowski</b>		<b>Chemie, Finanzdienstleisten</b>	
<p>Transparenz für den Kunden</p> <p>Viele Angebote von Telefonmarketing-Agenturen sind nicht vergleichbar. Für den Kunden ist das ärgerlich.</p> <p>Der Auftraggeber möchte und muss die Arbeit des Call Centers verstehen können, damit er sein Geld gut angelegt weiß und die benötigten Leistungen mit Überzeugung der Agentur als externem Dienstleister überantwortet.</p> <p>Das Call Center muss ein Partner des Vertrauens sein können, sonst funktioniert die Zusammenarbeit weder im Sinne des Auftraggebers noch im Sinne der Agentur.</p> <p>Es ist nur allzu verständlich, dass der Auftraggeber keine teure Katze im Sack, sondern transparente, nachvollziehbare und klar definierte Leistungen einkaufen will.</p> <p>Bei der Erstellung unseres Angebotes legen wir Wert auf die kundenfreundlichste Art der Abrechnung. Der Auftraggeber kann klar erkennen, was der einzelne Kundenkontakt kostet.</p> <p>Daher erstellen wir zu jedem Netto-beziehungsweise Bruttokontakt stichwortartige Gesprächsprotokolle. So wird für den Auftraggeber alles komplett nachvollziehbar, es bleibt weder Mißtrauen, noch Unsicherheit über die Effizienz der telefonischen Kundenberatung.</p>	<b>Dienstleistung</b>		
	Adresslieferer	-	
	Fullfillment	-	
	Inbound	-	
	Lettershop	-	
	Outbound	<b>x</b>	
	Sonstiges	-	
	<b>Consulting</b>		
	Beratung Callcenter	-	
	Ergonomie	-	
Konzeption	-		
Personalrecruiting	-		
<b>Sonstiges</b>	-		
<b>Kontakt</b>			
<p>TeleMarketing Willamowski Wolfgang Biniasch Wilkenstraße 10 53913 Swisttal</p>		<p>Tel.: 02255/222575 Fax : 02255/222576 Mail: w.biniasch-tmw-willamowski@t-online.de www.tmw-willamowski.de</p>	

<b>xtach GmbH</b>	<b>Telekommunikation</b>	
<p>Lieferant von professionellen Headsets der Marken Sennheiser Communications, Plantronics, GN Netcom und Danacom, sowie Konferenztelefone der Marken Konftel, Polycom u.a. Umfassende Kundenberatung für optimale Lösungen, einschließlich Bereitstellung von Geräten zum kostenlosen Test.</p>	<b>Dienstleistung</b>	
	Adresslieferer	-
	Fullfillment	-
	Inbound	-
	Lettershop	-
	Outbound	-
	Sonstiges	<b>x</b>
	<b>Consulting</b>	
	Beratung Callcenter	-
	Ergonomie	-
	Konzeption	-
	Personalrecluting	-
Sonstiges	<b>x</b>	
<b>Kontakt</b>		
<p>xtach GmbH Johannes Fichtelmann Rheinstraße 8 14513 Teltow</p>	<p>Tel.: 03328/ Fax : Mail: j.fichtelmann@xtach.de www.xtach.de</p>	

# BusinessVillage – Update your Knowledge!

## ■ Persönlicher Erfolg

---

- 583 Free your mind – Das kreative Selbst, Albert Metzler
- 596 Endlich frustfrei! Chefs erfolgreich führen; Christiane Drühe-Wienholt
- 604 Die Magie der Effektivität, Stéphane Etrillard
- 624 Gesprächsrhetorik, Stéphane Etrillard
- 631 Alternatives Denken, Albert Metzler
- 661 Allein erfolgreich – Die Einzelkämpfermarke, Giso Weyand

## ■ Präsentieren und konzipieren

---

- 590 Konzepte ausarbeiten – schnell und effektiv, Sonja Klug
- 632 Texte schreiben – Einfach, klar, verständlich, Günther Zimmermann
- 635 Schwierige Briefe perfekt schreiben, Michael Brückner
- 625 Speak Limbic – Wirkungsvoll präsentieren, Anita Hermann-Ruess
- 646 Geschäftsbriefe und E-Mails – Schnell und professionell, Irmtraud Schmitt

## ■ Richtig führen

---

- 614 Mitarbeitergespräche richtig führen, Annelies Helff; Miriam Gross
- 616 Plötzlich Führungskraft, Christiane Drühe-Wienholt
- 629 Erfolgreich Führen durch gelungene Kommunikation, Stéphane Etrillard; Doris Marx-Ruhland
- 638 Zukunftstrend Mitarbeiterloyalität, 2. Auflage, A. M. Schüller
- 643 Führen mit Coaching, Ruth Hellmich

## ■ Vertrieb und Verkaufen

---

- 479 Messemarketing, Elke Clausen
- 561 Erfolgreich verkaufen an anspruchsvolle Kunden, Stéphane Etrillard
- 562 Vertriebsmotivation und Vertriebssteuerung, Stéphane Etrillard
- 587 Zukunftstrend Empfehlungsmarketing, Anne M. Schüller
- 605 Fit für die Neukundengewinnung, Rolf Leicher
- 606 Sell Limbic – Einfach verkaufen, Anita Hermann-Ruess
- 618 Events und Veranstaltungen professionell managen, Melanie Dressler
- 619 Erfolgreich verhandeln, erfolgreich verkaufen, Anne M. Schüller
- 647 Erfolgsfaktor Eventmarketing, Melanie von Graeve
- 664 Best-Selling – Verkaufen an die jungen Alten, Stéphane Etrillard
- 668 Mystery Shopping, Ralf Deckers; Gerd Heinemann
- 724 Sell Clever! Neukundengewinnung für Dienstleister, Hansjörg Schmidt
- 726 Sog-Selling – Einfach unwiderstehlich verkaufen, Stéphane Etrillard

## ■ Kundenbindung

---

- 476 Beschwerdemanagement, Klaus Erlbeck
- 567 Zukunftstrend Kundenloyalität, Anne M. Schüller
- 570 Couponing in der Praxis, Sebastian Dierks; Dirk Ploss
- 573 Kundenwert durch Kundenbindung in der Praxis, Kolja Wehleit; Arno Bublitz
- 577 CRM erfolgreich einsetzen, Prof. Dr. Heinrich Holland
- 610 Faktor Service – Was Kunden wirklich brauchen, Dirk Zimmermann

## ■ Direkt-Marketing

---

- 546 Telefonmarketing, Robert Ehlert, Annemike Meyer
- 563 Telefonmarketing-Kampagnen, Markus Grutzeck
- 584 Perfekt texten, Detlef Krause
- 586 Adress- und Kundendatenbanken für das Direktmarketing, Carsten Kraus

## ■ PR und Kommunikation

---

- 478 Kundenzeitschriften, Thomas Schmitz
- 557 Krisen PR – Alles eine Frage der Taktik, Frank Wilmes
- 569 Professionelle Pressearbeit, Annemike Meyer
- 595 Interne Kommunikation. Schnell und effektiv, Caroline Niederhaus
- 653 Public Relations, Hajo Neu, Jochen Breitwieser
- 594 1×1 für Online-Redakteure und Online-Texter, Saim Rolf Alkan
- 691 Wie Profis Sponsoren gewinnen, 2. Auflage Roland Bischof

## ■ Online-Marketing

---

- 506 Besser texten, mehr verkaufen auf Corporate Websites, Stefan Hejnk
- 688 Performance Marketing, 2. Auflage, Thomas Eisinger; Lars Rabe; Wolfgang Thomas (Hrsg.)
- 690 Erfolgreiche Online-Werbung, 2. Auflage, Marius Dannenberg; Frank H. Wildschütz
- 692 Effizientes Suchmaschinen-Marketing, 2. Auflage Thomas Kaiser

## ■ Marketing-Strategien

---

- 454 Professionelle Preisfindung, Georg Wübker
- 533 Corporate Identity ganzheitlich gestalten, Volker Spielvogel
- 574 Marktsegmentierung in der Praxis, Jens Böcker; Katja Butt; Werner Ziemens
- 603 Die Kunst der Markenführung, Carsten Busch
- 612 Cross-Marketing – Allianzen, die stark machen, Tobias Meyer, Michael Schade
- 630 Kommunikation neu denken – Werbung, die wirkt Malte Altenbach
- 712 Der Wow-Effekt – Marketing mit kleinem Budget und großer Wirkung, Claudia Hilker

## ■ Zielgruppenmarketing

---

- 566 Seniorenmarketing, Hanne Meyer-Hentschel; Gundolf Meyer-Hentschel
- 571 Generation 40+ Marketing, Elke Verheugen

## ■ Gründen und Finanzen

---

- 622 Die Bank als Gegner, E. A. Bach; V. Friedhoff; U. Qualmann
- 634 Forderungen erfolgreich eintreiben, Christine Kaiser
- 656 Praxis der Existenzgründung – Erfolgsfaktoren für den Start, Werner Lippert
- 657 Praxis der Existenzgründung – Marketing mit kleinem Budget, Werner Lippert
- 658 Praxis der Existenzgründung – Die Finanzen im Griff, Werner Lippert

**Faxen Sie dieses Blatt an:  
+49 (551) 2099-105**

**Oder senden Sie Ihre Bestellung an:**  
BusinessVillage GmbH  
Reinhäuser Landstraße 22, 37083 Göttingen  
Tel. +49 (551) 2099-100  
info@businessvillage.de

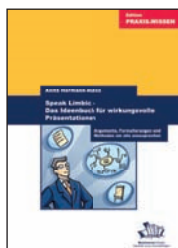


**Ja, ich bestelle:**

Exemplar(e)

Exemplar(e)

**Speak Limbic –  
Wirkungsvoll präsentieren**



Ein Arbeitsbuch, das Präsentierenden, Verkäufern, Textern und Strategen zeigt, wie sie die limbischen Profile ihrer Zielgruppe herausfinden und diese direkt und gezielt ansprechen.

**Art.-Nr. 679**  
**79,00 € • 81,50 € [A] • 130,00 CHF**

**Endlich frustfrei!  
Chefs erfolgreich führen**



Wie kann ich meinen Chef dazu bringen, das zu tun, was ich will? Diese Frage stellen sich viele Mitarbeiter. Eigentlich ganz einfach! Praxisnah erfahren Sie in diesem Buch, wie Sie Ihren Chef auf Ihre Seite ziehen und ihn für Ihre Ideen und Ziele gewinnen. So klappt endlich mit dem Chef!

**Art.-Nr. 596**  
**21,80 € • 22,50 € [A] • 35,90 CHF**

(Alle Praxisleitfäden der Edition PRAXIS.WISSEN kosten 21,80 € • 22,50 € [A] • 35,90 CHF)

Menge	Art.-Nr.	Titel	Einzelpreis €/CHF
<b>1</b>	<b>669</b>	<b>&gt;&gt; KOSTENLOS – Erfolgsfaktoren</b>	<b>0,00 €</b>

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Vorname

\_\_\_\_\_  
Name

\_\_\_\_\_  
Straße

\_\_\_\_\_  
Land PLZ Ort

\_\_\_\_\_  
Telefon

\_\_\_\_\_  
E-Mail

\_\_\_\_\_  
Datum, Unterschrift