

Business Case: DTM-Kampagnenlauf[©]



Klassische Neukundenakquise in der Beauty-Branche für einen qualitätsbewussten Anbieter von Permanent-Make-up.

Vorgaben des Unternehmens/ Ausgangssituation

Dialog Telemarketing sollte den Auftraggeber im Rahmen seiner Wachstumsstrategie mit seiner Vertriebsexpertise im Outbound unterstützen.

Konkret sollten Kosmetikstudios, Friseure, Waxingstudios oder Beautyinstitute kontaktiert und Leads für das Sales Team generiert werden. Zielpersonen waren Entscheiderinnen über den Einsatz von Permanent-Make-up (PMU).

Unsere Anrufe beinhalteten eine Adressqualifizierung und Ansprechpartnerermittlung sowie eine Bedarfsanalyse, gepaart mit Unterlagenversand und telefonischem Nachfassen.

Ziel der Kampagne war die Übergabe aller qualifizierter Leads mit Kaufpotenzial an den Auftraggeber.

Ansatz und Vorgehen der Dialog Telemarketing

Dialog Telemarketing hat mit dem DTM-Kampagnenlauf[©] eine Vorgehensweise entwickelt, die auf eine kontinuierliche und nachhaltige Ansprache der Zielkunden setzt.

In einem ausführlichen Briefing stellte der Auftraggeber sich und seine Produkte und Dienstleistungen detailliert vor. Des Weiteren wurde das neue CRM-System vorgestellt.

In wöchentlichen Reports wurden die Ergebnisse ausführlich und transparent dargestellt und besprochen. Das Unternehmen hatte hierdurch die volle Ergebnis- und Kostenkontrolle über die Kampagne.

Neben der Adressaktualisierung und Ansprechpartnerermittlung wurde eine umfassende Bedarfsanalyse durchgeführt:

- I. Interesse an Produkten und Dienstleistungen des Auftraggebers
Bekanntheit des Auftraggebers
- II. Vorstellung Produktangebot
- III. Vorstellung Schulungsangebot
- IV. Vorstellung Finanzierungsmöglichkeiten
- V. ggf. Abfrage der genutzten Wettbewerber

Ergebnisse der Kampagne / Einordnung

Es wurden ca. 400 Zielkunden kontaktiert, davon wurden trotz der schwierigen Erreichbarkeit 78% erreicht, 22 % wurden auch nach 7-10 Anrufversuchen an verschiedenen Tagen zu unterschiedlichen Tages- und Uhrzeiten nicht erreicht.

Insgesamt liegen Potenzial und Verkaufschancen mit ca. 11% auf einem guten Niveau.

Erfahrungsgemäß kommt es bei erklärungsbedürftigen „handfesten“ Produkten wie Sensoren, Büromöbeln, Maschinen, Bauteilen für Maschinen zu einem Potenzial von 25 bis 35%, bei „abstrakten“ Produkten wie Software oder Lizenzen zu einer Terminquote von 3-5%. Reine Dienstleistungen wie Beratungsleistungen, Coaching und Schulungen für bspw. Führungskräfte kommen auf Terminquoten von unter 1-2%.

Kontaktdaten:

Dialog Telemarketing GmbH

Dreifaltigkeitsweg 13

89079 Ulm

+49 731 14 111 690

info@dialog-telemarketing.de

www.dialog-telemarketing.de