

Pressemeldung, 24.08.2009

Wuppertal, 24.08.2009. ABS initiiert Umfrage zum Thema „Dialoge für Vertrauen“. Schlechte Nachrichten und ein unsicheres wirtschaftliches Umfeld bestimmen die aktuelle Zeit. Die daraus resultierenden Vertrauensverluste gehen auch an einer vermeidlich intakten Kundenbeziehung nicht spurlos vorüber. Mehr denn je gilt es daher, der Frage auf den Grund zu gehen, welche Rolle Dialoge bei der Bildung und Stabilisierung von Vertrauen spielen. Welche Strategien setzen Unternehmen hierbei ein und welche Erwartungen haben die Kunden. Um letztlich wichtige Erkenntnisse zu gewinnen, wie Unternehmen - trotz oder gerade aufgrund der erschwerten Rahmenbedingungen - auch in Zukunft das Vertrauen zu ihren Kunden aufbauen und halten können, initiiert die ABS die **erste branchenübergreifende Online-Studie "Dialoge für Vertrauen"**. Interessierte Unternehmen können unter www.marketing-by-abs.com teilnehmen. Die wichtigsten Ergebnisse der Short-Study werden bereits im September von Herrn Sven Bruck (Geschäftsführer der ABS) auf dem *acquisa Praxisforum 2009* präsentiert.

Das **acquisa Praxisforum 2009** gastiert unter dem Titel „Vertrauen schafft Umsatz. Erfolgsstrategien für das Marketing“ vom 8. September bis zum 8. Oktober im Signal-Iduna-Park (Dortmund), der Allianz-Arena (München), der Commerzbank-Arena (Frankfurt), dem Olympiastadion (Berlin) und der HSH Nordbank-Arena (Hamburg). Die von der ABS unterstützten Veranstaltungen versuchen folglich Antworten auf die Frage zu geben: **Wie wichtig ist das Vertrauen für eine langfristig erfolgreiche und gewinnbringende Kundenansprache und einen intensiven Dialog mit den Kunden?**

Renommierte Keynote-Speaker - der Trendforscher Sven Gábor Jánoszy, Leiter des Think Tank Forward2business, Deutschlands Zuhör-Trainer Nummer 1 Siegfried Kartmann und Gerald Schreiber, Gründer und Geschäftsführer von Defaco Call-Center - sprechen über Vertrauensaufbau und Vertrauensentwicklung im und durch das Marketing als Grundlage für Umsatzsteigerungen. Sven Bruck (Geschäftsführer der ABS Computer GmbH) zeigt auf, wie vertrauensvolles Dialogmarketing die Kundenbindung verstärkt und Kunden zu begeisterten Käufern machen kann. Eine Führung durch die Arenen ist inklusive. Nach den Vorträgen bleibt am Abend Zeit für interessante Gespräche und intensiven Austausch bei einem **Get Together in den VIP-Lounges der Fußballstadien**.

Mehr Informationen zu den Veranstaltungen gibt es unter www.acquisa.de/heimspiel. Nähere Informationen zu der Studie „Dialoge für Vertrauen“ der ABS erhalten Sie unter www.marketing-by-abs.com sowie deren Ergebnisse in der nächsten Ausgabe des Infomagazins c'Mag der ABS, das allen Interessenten unter der Homepage der ABS (unter Aktuelles & Presse) kostenlos zur Verfügung steht.

Ansprechpartner:

Dipl.-Btw. (FH) Viviane Scherenberg, M.Sc. (MPH)

PR & Öffentlichkeitsarbeit

E-Mail: vs@marketing-by-abs.com

Telefon: +49 (202) 37 147 - 24

Fax: +49 (202) 37 147 - 49

Möchten Sie in unseren Presseverteiler aufgenommen werden? Dann senden Sie einfach eine Email an: redaktion@marketing-by-abs.com. Gerne senden wir Ihnen unsere aktuellen Pressemitteilungen in Zukunft direkt per E-Mail zu. Unser kostenloses Infomagazin sowie allgemeine Informationen zur ABS können Sie jederzeit auf unserer Homepage (Kontaktformular) anfordern. Wenn Sie weitere Informationen benötigen oder sich für andere Themen (z.B. Exklusivartikel) interessieren, so richten Sie Ihre direkte Presseanfrage an Viviane Scherenberg.

Über ABS:

Seit der Gründung 1989 hat sich ABS zu einem anerkannten Berater und Dienstleister für strategisches Direkt-/Dialogmarketing und angewandtes CRM entwickelt. ABS unterstützt Unternehmen bei der Gewinnung und Bindung von Kunden durch die Integration von CRM-Know-how beim konsequenten Einsatz von edv-gestützten Multi-Channel-Kampagnen.

Das Unternehmen, seine Mitarbeiter und Partner haben in zahlreichen Projekten in der Automobilindustrie, der Versicherungs- und Finanzdienstleistungswirtschaft und anderen Branchen mit hochwertigen Kundenbeziehungen die Möglichkeiten des integrierten Dialoges unter Beweis stellen können.

Der Schwerpunkt der ABS liegt in der Gestaltung, Umsetzung und Betreuung von durchgängigen Dialogprozessen zur Gewinnung und Bindung von Kunden sowie in der Einbindung komplexer dezentraler Vertriebsstrukturen (z. B. Vertriebsagenturen, Vertriebspartnerschaften, dezentraler Vertriebsaußendienst etc.) in zentrale Kommunikations-Prozesse. Von der Identifizierung potenzieller Kunden, über ein integriertes bidirektionales Leadmanagement, bis zur kundenwertorientierten integrierten Kommunikation über alle medialen Kanäle, unterstützt die ABS transparente Dialogprozesse zur Entanonymisierung und Emotionalisierung des jeweiligen Marktes.

Im Rahmen einer effizienten Umsetzung von CRM-Strategien in Unternehmen hat ABS sich als systemunabhängiges Beratungs- und Realisierungsunternehmen sowie als Partner für den Know-how-Transfer im Markt etabliert. Nach dem Grundsatz „CRM ist mehr als Software!“ bietet die ABS neben einer umfangreichen Beratung und Begleitung auch kompakte ein- und zweitägige Workshops zu einzelnen Phasen und Herausforderungen einer CRM-Umsetzung an.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.marketing-by-abs.com und www.healthcare-by-abs.com