

Update für die Marketing-Software „dialogue1“

Coupon-Versand per E-Mail immer beliebter

Hamburg, 8. April 2003 - In wirtschaftlich schwierigen Zeiten gehen Marketingverantwortliche immer öfter neue Wege, um Neukunden zu gewinnen oder Bestandskunden zu binden. So steigt z.B. das Interesse daran, Coupons im Rahmen von E-Mail-Aktionen zu versenden. Und das sogar schon im B-to-B-Bereich.

„Eigentlich hielt ich dieses Feature für zu progressiv und wollte es deshalb wieder aus meinem Tool entfernen.“ sagt Frank Rix, selbstständiger Berater für Kundenmanagement und Entwickler von „dialogue1“, einer Software für dialogbasiertes Online-Marketing.

„Dann habe ich bemerkt, dass viele Anwender damit experimentieren und schon positive Praxiserfahrungen machen.“ Somit wurde dialogue1 deutlich ausgebaut und ist jetzt in einer völlig neuen Version am Markt. Diese ermöglicht dem Anwender u.a. die sekundenschnelle Einbindung von zahlreichen Response-Elementen in ein Mailing. Dazu zählen auch Verlinkungen zu individuellen Kontaktformularen, die ebenfalls mit dialogue1 erstellt und verwaltet werden.

Frank Rix empfiehlt, gerade in der heutigen Zeit wenigstens ein Ohr direkt beim Kunden zu haben. „Das ist Gefahr und Chance zugleich“, sagt er. Wer seinem Kunden in der wirtschaftlichen Flaute konkrete Lösungen für aktuelle Probleme anbietet, anstatt ihm illusorische Marketingwelten vorzugaukeln, könne nur profitieren: „Gerade jetzt ist die Wechselbereitschaft vieler Kunden besonders hoch, führt Rix aus, „aber sie brauchen eine klare Responsemöglichkeit auf verlockende Angebote.“

dialogue1 passt daher gut in die heutige Zeit. Es kann unabhängig von technischen Spezialisten installiert und betrieben werden. Das ist vor allem in kleineren Unternehmen wichtig. Das Programm beherrscht E-Mail-Marketing, Online-Umfragen, Beschwerdemanagement und, als erstes Tool überhaupt, den Versand personalisierter Coupons. Mit einem Verkaufspreis von 199 Euro ist es auch bei knappen Kassen keine risikobehaftete Investition.

So setzt beispielsweise der Berliner Anbieter für Warenwirtschaftssysteme mention Software GmbH Coupons im Rahmen gezielter E-Mail-Aktionen ein, um noch mehr potenzielle Kunden anzusprechen. „Die Response-Quoten sind traumhaft“, sagt Heiko Imiolczyk, Geschäftsführer von mention Software.

Nach Frank Rix' Aussage sind viele kleinere Unternehmen sehr an dem Dialog mit Interessenten und Kunden über das Internet interessiert. „Ich sehe es als meine Aufgabe an, die letzten Hemmschwellen zu beseitigen und die Unternehmer zu ermutigen.“

Kontakt

Frank Rix – Lösungen für innovatives Kundenmanagement

Ansprechpartner: Frank Rix

Anschrift: Wellingsbütteler Landstraße 165 A; 22337 Hamburg

Telefon: 040-41 28 61 61

E-Mail: rix@dialogue1.de

Zur Person

Der Diplom-Wirtschaftsinformatiker Frank Rix berät bereits seit 1996 Unternehmen wie Time Warner Interactive oder den Otto-Versand in Sachen Kundenmanagement. Vor der Entwicklung von dialogue1 war er als konzeptioneller Berater bei dem weltweit agierenden Internetdienstleister marchFIRST für Kunden wie Toyota, Lufthansa oder die Santander Direkt Bank zuständig. Dort baute er auch einen neuen Fachbereich für CRM-Lösungen auf.