

Permission Marketing - macht Kunden schtig

Von Torsten Schwarz

audiobook / *ebooks / Download PDF / ePub / DOC



Produktinformation -Verkaufsrank: #2453471 in BcherVerffentlicht am: 2001-03Einband: Gebundene
Ausgabe304 Seiten | File size: 23.Mb

Von Torsten Schwarz : Permission Marketing - macht Kunden schtig before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Permission Marketing - macht Kunden schtig:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen4 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. P.M. erklrt den Kunden zum hchsten GutVon Karl-Josef KlugePermission-Marketing" ist eine auf dem Einverstndnis des Empfngers basierende Direkt-Marketing-Strategie. Mit interaktiven Kommunikationstechnologien vorwiegend eMails - werden Nachrichten versandt, die ausdrcklich erwnscht sind. Die Erlaubnis hierzu kann der Empfnger jederzeit widerrufen. Ziel dieses Marketing-Systems ist, eine nachhaltige Beziehung aufzubauen, in dem im Einverstndnis mit dem Empfnger Wissen ber diesen gesammelt wird, um damit Angebote zu personalisieren. Weil in

den Augen des Autors der Kunde das wertvollste Gut eines Unternehmens ist, lassen sich vertrauensvolle Kundenbeziehungen nicht auf die Schnelle herstellen, sondern diese erwachsen. Aus diesem Grunde und anderen Gründen wird heute eine überzeugende Strategie, um bestehende Kunden zu erhalten, anstatt sie zum Mitbewerber wechseln zu lassen, als das Entscheidende angesehen. Zuerst wirkte Permission-Marketing wie ein Zauberwort auf mich. Weil es mit zu meinen Vorstellungen geht, dass in unserem Unternehmen die Einsicht praktiziert wird, persönliche und vertrauensvolle Kundenbeziehungen aufzubauen und zu pflegen. Permission-Marketing setzt an den individuellen Interessen des Kunden an. Wer sich über eMail, Newsletter eine dauerhafte Kommunikation aufbaut, befähigt Interessenten zu Kunden, so dass aus Fremden Freunde und aus Freunden Kunden werden. Des Autors Stärke ist, aufzuzeigen und mich dafür zu begeistern, wie wir in unserem Unternehmen die neuen Wege zu Werbung, Kundengewinnung und Kundenbindung aufbauen und einsetzen. Nur in sechs Schritten zeigt der Autor auf, wie sich Kunden neu begeistern lassen, wir unsere Stammkunden intensiv kennenlernen und noch außerdem unseren Umsatz steigern, weil wir...; das für mich Entscheidende lesen Sie dann im Buch selbst nach. Auszug aus dem Inhaltsverzeichnis: - Das Ende des Massen-Marketing bzw. -Management macht Kunden wertvoll - Die neue Qualität der Kunden-Kontakte - Wie Sie Ihre Kunden zum Dialog anreizen - Wie Sie einfach, schnell und problemlos Permission einholen - Wie Sie schließlich Fremde zu Freunden machen - Wie Sie die wahren Kunden-Wünsche kennenlernen - Mit Systematik Wissen dazu sammeln - Wie Sie Ihre Kunden zum Kauf bewegen Für die erweiterte BIBLIOTHEK Dr. Karl-J. Kluge 3 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Permission Marketing ist das Gefühl, verstanden zu werden. Von einem Kunden ist Permission Marketing, also "Erlaubnis" Marketing eine Revolution? Ist der vom Kunden gewollte Dialog mit dem Unternehmen eine Möglichkeit, die der Quadratur des Kreises gleicht? Ja, wenn man weiß, dass die Response-Werte beim Permission Marketing bei durchschnittlich 18% liegen. Ja, wenn man weiß, dass Permission Marketing die kosteneffizienteste und effektivste Variante ist, Kundenbeziehungen aufzubauen. Wobei Kunde die falsche Begrifflichkeit ist. Freund oder Partner des Unternehmens wäre wohl treffender. Was wäre, wenn Permission Marketing die elektronische Variante des alltäglichen Lebens darstellt? Wir reden doch auch nur mit Menschen, die uns wichtig sind, die wir mögen, die wir akzeptieren, von denen wir etwas wollen. Personen, die uns langweilen oder die uns vernachlässigen, mit denen reden wir nicht, selten oder lassen uns etwas einfallen, damit keine langen Gespräche geführt werden müssen. Wir lernen unsere Freunde im Laufe der Zeit kennen und wissen, was Freude bereitet und was nicht. Das Buch von Torsten Schwarz "Permission Marketing" ist die Pflichtlektüre für alle Marketing-Entscheider. Es beschreibt auf eine selbstverständliche und eindrucksvolle Art und Weise, wie vertrauensvolle Kundenbeziehungen via E-Mail Marketing aufgebaut und intensiviert werden. Ich bin mir sicher dass "Permission Marketing" kein Trend sondern eine Chance ist. Eine Chance, den Kunden kennenzulernen und gemäß seinen Wünschen und Bedürfnissen zu handeln. Cross- und Up-selling Aktionen können individuell eingesetzt, so zusätzliche Umsätze generiert werden. "Wenn wir uns für die anderen interessieren, interessieren sie sich für uns" (Publius Syrus). So einfach ist das! 2 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Eine sehr gute und praxisnahe Lektüre Von katrin.seubert@01019freenet.de Das Buch ist in einer sehr verständlichen Art und Weise geschrieben. Besonders gefällt mir die Praxisrelevanz. Das Buch lehrt in einzelnen Schritten, wie man persönliche und vertrauensvolle Kundenbeziehungen aufbaut und pflegt und den Kunden zum Dialog anreizt. Zahlreiche praktische Beispiele geben hilfreiche Tipps, wie man responsestarke Mailings entwirft. Eine sehr gute und praxisnahe Lektüre. Hier können auch Profis noch etwas dazulernen!

Autorenkommentar Permission Marketing - macht Kunden schichtig Immer häufiger entziehen sich Kunden der anschwellenden Werbewelle. Dies bringt die Unternehmen dazu, sich immer neue Marketinggags auszudenken, um die Zielgruppe dennoch für ihre Botschaft zu interessieren. Eine Spirale, bei der kein Ende abzusehen ist, die Marketing aber mit jeder neuen Maßnahme teurer werden lässt. Ein Ansatz, um diese Spirale zu stoppen, hat sich in den USA etabliert: Permission Marketing. Hier setzen die Unternehmen bei den Interessen des Kunden an. Weil sie an den Wert einer vertrauensvollen Kundenbeziehung glauben, bitten sie den Kunden um sein Einverständnis, in Kontakt zu bleiben. Der Kunde gibt dem Unternehmen die Erlaubnis dafür, ihn weiter zu informieren. Insbesondere über E-Mail-Newsletter können die Firmen so eine dauerhafte Kommunikation zu Interessenten und Kunden aufbauen. So werden - Schritt für Schritt - aus Fremden Freunde und aus Freunden Kunden. Permission Marketing ist zur Zeit das Schlagwort im Dialogmarketing. Und das zu recht, wie Thorsten Schwarz in seinem Buch beweist. Denn Permission Marketing macht es möglich, Kunden zu begeistern, ohne auf die immer wieder gleichen Marketing-Tools zurückzugreifen.