

Typischer Ablauf einer Telefonmarketing Kampagne

Beispielkunde: Hersteller PSA
Ziel der Kampagne: 500 Testpakete an Zielkunden



Kunde liefert Adressen
z.B. aus **eigenem Datenbestand**,
alternativ ermittelt OfficeCall
Adressen von Zielkunden.

STEP 1



Adressanreicherung durch OfficeCall

-  AP EINKAUF
-  AP SICHERHEITSFACHKRAFT



STEP 2

Adressqualifizierung durch OfficeCall

-  DURCHWAHL AP
-  E-MAIL AP
-  OPT-IN



STEP 3

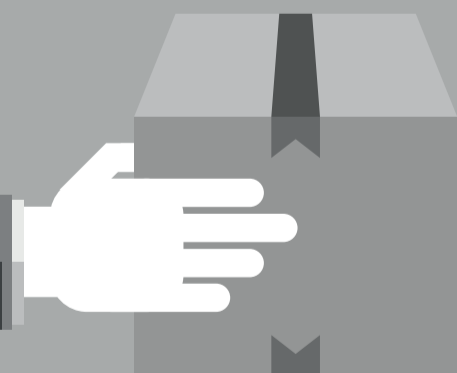
Aufbereitung und Schaffung einer **wertvollen Adressdatenbank** und **Wiedervorlage** durch OfficeCall



- | | |
|--|--|
|  DUBLETTE |  ERGÄNZUNG DER DATENBANK |
|  FIRMA ERLOSCHEN |  WICHTIGE INSIGHTS |
|  KEINE ZIELGRUPPE |  DERZEIT KEIN INTERESSE |

Wöchentlicher Report
zum Stand des Projekts:
Anzahl Anreicherungen
und Qualifizierungen

ERGEBNIS



Kunde versendet Testpakete der Kampagne
ausschließlich an qualifizierte Leads.
Angebote und Fachberatung können folgen.

OPTIONAL: ERFOLGSMESSUNG

Nachfass zur Promotion:
Kunde erhält **wertvolle Rückmeldung
zum Produkt** oder weiterem **Bedarf**
durch OfficeCall

