

Pressemitteilung vom 16.03.2009

Kundenbindung in wirtschaftlich schwierigen Zeiten dank ProConcept Kunden-Monitoring

Kundenbefragungen liefern die Grundlage für sichere Entscheidungen und kurzfristigen Wettbewerbsvorsprung

In schwierigen Zeiten wie diesen ist es für Tageszeitungsverlage besonders wichtig, bestehende Kunden an sich zu binden sowie neue Kunden für sich zu gewinnen - und das alles zu möglichst geringen Kosten. Das ProConcept Kunden-Monitoring bietet Verlagen die Möglichkeit, ihre Kunden besser kennen zu lernen und gleichzeitig Einsparpotentiale aufzudecken. Thematisiert wird u.a. die Zufriedenheit der Kunden mit den Angeboten des Verlags, der Kontakt mit ihrem Mediaberater sowie ihre Werbeplanung. Die Ergebnisse zeigen, welche Inserenten Wachstum- oder Risikokunden sind und welche Leistungen ohne Zufriedenheitsverluste gekürzt werden können.

Der modulare Aufbau des Kunden-Monitorings bietet attraktive Varianten der Kundenbefragung zu günstigen Preisen. Die Befragungen können klassisch schriftlich oder telefonisch durchgeführt werden, zudem ist eine zeitgemäße Online-Befragung der Inserenten möglich. Das Kunden-Monitoring besteht insgesamt aus neun verschiedenen Modulen, die den gesamten Anzeigenprozess von der Aufgabe bis hin zur Reklamation abbilden. Jedes Modul kann wahlweise einzeln oder im Gesamtpaket gebucht werden, auch verlagsindividuelle Anpassungen sind jederzeit möglich.

Weitere Informationen über das Kunden-Monitoring erhalten Sie telefonisch unter 0621 - 122 71 24 sowie auf der Homepage www.proconcept.net.

Veranstalter:

ProConcept GmbH

Institut für Marketing

Sandra Fischer

+49 (0) 621 122 7124

fischer@proconcept.net