

Geschlossene Musterhäuser im April 2011

In Anlage 4 stehen die Übersichten über die geschlossenen Häuser der FertighausWelten Hannover und Nürnberg sowie in den Ausstellungen von Eigenheim & Garten und Unger-Park für April 2011.

Vertrieb

Wertvolle Neukunden-Kontakte durch „Direktmarketing“

In vielen Firmen werden die Budgets für Werbung und Vertrieb immer kritischer beleuchtet. Denn die Resultate, d. h. die Quote aus Anzahl und Qualität der Kontakte, sind meist unbefriedigend. Damit bestätigt sich ein Trend: Die Zeit der unpersönlichen Massenwerbung ist definitiv vorbei – auch in der Fertighausbranche. Um wirtschaftlich sinnvoll neue Kunden zu gewinnen und aus bestehenden Kunden pro-aktive Empfehler zu machen, braucht es gezielte Kommunikation. Ein probates „Werkzeug“ ist ein professionelles „Direktmarketing“, das zunehmend an Bedeutung gewinnt. Damit können potentielle Kunden individuell, gezielt und messbar angesprochen werden.

Im klar strukturierten Dialog lassen sich Interessenten und Kontakte für den Vertrieb qualifizieren sowie wertvolle Kundenpotenziale ausschöpfen, ja selbst Häuser direkt verkaufen. Wirkungsvolles Direktmarketing ist weitaus mehr als das Versenden eines Werbebriefs oder eines Hausprospekts. Es ist eine Denkhaltung, eine strategische Ausrichtung des Unternehmens.

Das neue Fachbuch „Kursbaustein Direktmarketing“ kann hierzu eine wertvolle Unterstützung liefern. Das Buch vermittelt erstens die Grundlagen für ein entsprechendes zielorientiertes Management. Zweitens behandelt der Band das Direktmarketing als Vertriebsmethode mit vielen erprobten Praxistipps von Kundenidentifikation, sinnvollen Werbeformen bis zu erfolgreicher Kundenbindung und einer vernünftigen Wirtschaftlichkeitskontrolle. Der Autor, Wolf R. Hirschmann, ist seit über 25 Jahren ein anerkannter Strategieberater und berät auch in der Baubranche namhafte Unternehmen. Er wird zudem als Referent beim Symposium Vertrieb 2011 der BDF Akademie im Herbst mit dabei sein.

„Kursbaustein Direktmarketing“, Wolf R. Hirschmann, 2011 Cornelsen Verlag Berlin, ISBN 978-3-589-23929-0. Preis: € 12,95

