



## 4 FRAGEN AN

**Jens Stolze,**  
Geschäftsführer creative360

**Wie funktioniert B2B-Dialog?**

Er berücksichtigt die unterschiedlichen Informationsbedürfnisse, verzahnt alle relevanten Kanäle und ist höchst aktuell sowie orientiert in Richtung echter Mehrwerte.

**Sprechen B2B-Zielgruppen letztlich nicht auf die gleichen Mechanismen wie Endverbraucher an?**

Nur bedingt. Die Kauf- und Entscheidungsprozesse sind hier komplex und ziehen sich meist über viele Monate hin. Markenbekanntheit und Loyalität sind besonders wichtig, aber auch die emotionale Komponente.

**Weil B2B-Entscheider eben auch emotional entscheiden?**

Ja. Die Kunst besteht in der konsequenten Kundenpflege vom ersten Kontakt bis zum Kaufabschluss.

**Wo werden die Online- und die klassische Mailingansprache kombiniert?**

Dialog findet aus Gründen der Communitybildung, Individualisierung und Interaktion zunehmend online statt. Print-Mailings werden selektiv, dafür sehr hochwertig umgesetzt. Im B2B-Umfeld setzen wir auf persönlichen Dialog, ergänzt durch E-Mail und Instant Messaging – mit klaren Regeln, um effektive und flexible Kommunikation zu gewährleisten.

## Nachhaltigkeit immer wichtiger



**Faktoren wie Qualität und Preis** von Produkten sind für Verbraucher nach wie vor wichtig, aber die Bedeutung von Nachhaltigkeit steigt weiter deutlich an. Bei Kaufentscheidungen werden Nachhaltigkeitsaspekte heute oft höher eingestuft als der Preis, nur die Qualität steht noch stärker im Fokus, so das Ergebnis einer aktu-

ellen Befragung der Forschungs- und Beratungsinitiative ECC Handel in Zusammenarbeit mit der Internetplattform stayfair.de. Besonders relevant sind Nachhaltigkeitsaspekte beim Einkauf von Lebensmitteln. Die Studie und eine Zusammenfassung gibt es unter: [www.ecc-handel.de/kauf\\_informationsverhalten\\_und\\_12516501.php](http://www.ecc-handel.de/kauf_informationsverhalten_und_12516501.php)

/DIREKT + Mehr

[www.ecc-handel.de](http://www.ecc-handel.de)

## Werden Sie jetzt Kundenchampion 2011 Kundenservice siegt

**Machen Sie mit beim branchenübergreifenden** Wettbewerb „Deutschlands Kundenchampions“. Hier können Sie Ihr Kundenbeziehungsmanagement auf den Prüfstand stellen, sich mit den am stärksten kundenorientierten Unternehmen Deutschlands messen und wichtige Erkenntnisse zur Verbesserung Ihrer Kundenbeziehungen erlangen. Teilnehmer profitieren auch vom medienwirksamen Top-50-Ranking der Kundenchampions, von ausführlichen Analysen der Stärken und Schwächen sowie von konkreten Maßnahmenvorschlägen. Anmeldeschluss zum Wettbewerb ist der **31. Dezember 2010**, die Preisverleihung findet am 10. Mai 2011 im Kurfürstlichen Schloss zu Mainz statt.



/DIREKT + Mehr

[www.kundenchampions.de](http://www.kundenchampions.de)