

## UMZUM Telefonleitfaden (Guideline)

Am Empfang angekommen:

„Guten Tag, vielleicht können Sie weiterhelfen. Ich heiße Ricky McKenna und bin von der Kleinen Zeitung. Sagen Sie, ist der Inhaber vielleicht zu sprechen? [...] Es geht um die persönlichen Einladungen zu unserer Marken-Initiative 2019 für lokale Unternehmen, zu der ich noch ein paar Fragen habe...“ (Falls der Inhaber namentlich nicht bekannt ist, bekomme heraus, wer das ist und/oder wer für das Marketing verantwortlich ist ...)

Der Inhaber ist dran:

„Guten Tag, Herr Kunde, Ricky McKenna hier von der Kleinen Zeitung, wie geht es Ihnen? [...] Der Grund meines Anrufes ist der, dass ich Sie gerne persönlich zu unserer Marken-Offensive 2019 der Kleinen Zeitung für lokale Unternehmen aus der Region einladen möchte. Im Juni stellen wir unsere neue Marken-Offensive mit einer Marketingpräsentation vor, das wir eigens für lokale und regionale Unternehmen entwickelt haben. In der Präsentation zeigen wir auf, wie Sie zu mehr Markenbekanntheit im Markt gelangen und höhere Umsätze erzielen können... [...]

„Ich bin überzeugt, dass diese Präsentation auch wertvollen Mehrwert für Ihre Firma hat.

Bevor ich Ihre persönliche Einladung versende, dürfte ich bitte fünf kurze Fragen zu Ihrem Unternehmen stellen?“

### 1. Unternehmen:

- „Nun, ich weiß, Sie sind Küchenbauer, doch vielleicht erzählen Sie mir etwas mehr zum Unternehmen selbst...“
- „Wie viele Produktlinien bieten Sie an?“
- „Kennt Sie denn jeder hier im Markt?“
- „Sind Sie im Geschäft Alleinentscheider?“

### 2. Marketing:

- „Wer ist eigentlich Ihr typischer Kunde?“ (Mann, Frau, Alter, Einkommen, regional, überregional, ...)
- „Wie bewerben Sie zurzeit Ihr Unternehmen? (welche Medien, wie häufig, welche Werbeziele, ...)
- „Wie viel Geld geben Sie im Jahr so ca. für Werbemaßnahmen aus?“
- „Wie aktiv sind Sie in den sozialen Medien?“
- „Haben Sie schon mal an die Kleine Zeitung und ihre multimedialen Angebote als Werbemaßnahme gedacht?“

### 3. Ziele:

- „Haben Sie in naher Zukunft Veränderungen (im Geschäft) vor?“
- „Gibt es bei Ihnen kurz- oder mittelfristige Pläne oder sonstige Vorhaben?“
- „Wo möchten Sie in einem Jahr stehen?“
- „Welches ist zurzeit Ihr vorrangiges Unternehmensziel?“

### 4. USP (Alleinstellungsmerkmal im Markt)

- „Sind Sie mit Ihren Produkten und Leistungen in Ihrer Gegend bekannt genug?“
- „Was sagen Ihre Kunden über Sie?“
- „Warum sollte ich bei Ihnen kaufen und nicht bei der Konkurrenz?“
- „Worin unterscheiden Sie sich von Ihrer Konkurrenz ganz genau?“

### 5. Mitbewerber

- „Wie viele Mitbewerber haben Sie hier im Markt?“
- „Wer ist ihr größter Konkurrent?“
- „Betrachten Sie sich als Marktführer?“
- „Was macht die Konkurrenz besser als Sie?“
- „Haben Sie Wettbewerb durch das Internet?“

„Großartig, Herr Kunde! Besten Dank dafür. Ich denke schon, dass unsere Marken-Initiative 2019 für Sie und Ihr Unternehmen genau richtig ist. (Uns ist als größtes Medienhaus in Steiermark/Kärnten der Erfolg aller hier ansässigen Unternehmen sehr wichtig, weil uns ein gesunder Mittelstand von großer Bedeutung ist.) Ich sende Ihnen im April / Mai eine persönliche Einladung zur Präsentation in [Gebiet] zu. Die Präsentation findet wie gesagt im Juni statt. Gibt es sonst noch jemanden in Ihrer Firma, der mit Marketing und Werbung zu tun hat?“

(Notiere alle Entscheider und Beeinflusser mit Namen, Titel, Adresse, E-Mail, Mobilnummer)

„Nochmals vielen Dank – ich melde mich in einigen Wochen wieder bei Ihnen, sobald die Einladungen raus sind... Danke und auf Wiederhören!“