



Christian Stiefelhagen
Chief Sales Officer (CSO) BRIEF
Deutsche Post

Liebe Leserinnen und Leser,

Vertrauen zwischen Kunden und Unternehmen entsteht durch Verlässlichkeit – durch bedarfsorientierte Produkte und Services, durch exzellente Qualität, durch zuverlässige Mitarbeiter, aber auch durch nachhaltigen und offenen Dialog. Sie ist eine, wenn nicht die wichtigste Voraussetzung zur Gewinnung von loyalen Kunden. Große Unternehmen wie Lufthansa oder Miele, wie auch viele mittelständische Unternehmen, genießen aufgrund ihrer qualitativ hochwertigen Angebote ein großes Vertrauen bei ihren Kunden. Doch dieses Vertrauen muss gepflegt, muss immer wieder neu bestätigt werden. Deshalb setzen erfolgreiche und vertrauenswürdige Unternehmen auf die regelmäßige und direkte Ansprache ihrer Zielgruppen. Denn nur im Dialog kann eine dauerhafte Partnerschaft zwischen Anbieter und Kunden hergestellt werden, wie wir in unserer Titelgeschichte zeigen.

Dass diese Kundendialoge durchaus auch augenzwinkernd stattfinden können, zeigt unser Artikel zum Thema Humor im Dialogmarketing. Ein weites und vielschichtiges Feld. Denn nicht jeder hat das gleiche Verständnis von Humor. Humorvolle Dialoge sollte man deshalb bei der Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen behutsam einsetzen.

Solche Inhalte sind ebenso wie prominente Werbegesichter kein Allheilmittel für Erfolg im Kundendialog. Sicher: Aufmerksamkeit ist garantiert, wenn der Fußballbundestrainer oder ein bekannter Comedian für eine Marke wirbt. Doch oftmals braucht es das prominente Werbegesicht gar nicht, um Kunden erfolgreich anzusprechen und von einem Angebot zu überzeugen. In vielen Fällen ist es wesentlich glaubwürdiger, wenn eine Marke mit einem echten Kunden kommuniziert. In diesem Fall findet ein authentischer Dialog statt – und der ist wiederum eine wichtige Voraussetzung für das Entstehen einer vertrauensvollen Geschäftsbeziehung. In der aktuellen Ausgabe der Direkt+ finden Sie wieder eine Reihe interessanter und spannender Beispiele, wie Sie mit Ihren Kunden einen erfolgreichen Kundendialog führen können.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen
Ihr

Christian Stiefelhagen
Chief Sales Officer (CSO) BRIEF, Deutsche Post

/DIREKT + Impressum

Herausgeber
Deutsche Post AG
D-53250 Bonn
Tel.: +49/(0)2 28/1 82-0
www.deutschepost.de

Gesamtverantwortlich
Ingo Bohlken,
Bereichsvorstand BRIEF,
Marketing BRIEF
Axel Wursthorn,
Senior Vice President,
Marktkommunikation
(V.i.S.d.P.)

Redaktionsbeirat
Willi Jansen,
Detlev Steinebach,
Katja Heil,
Thomas Wojahn

Verlag
BurdaYukom
Publishing GmbH
Konrad-Zuse-Platz 11
D-81829 München
Tel.: +49/(0) 89/3 06 20-0

Geschäftsführer
Manfred Hasenbeck

Verlagsleiter
Dr. Christian Fill
Chefredakteur
Heiko Mergard

Redaktion
Florian Allgayer
Art-Direktion
Hildegund Stollberg

Chef vom Dienst
Susan Sablowski

Grafik/Gestaltung
Michèle Hofmann, Sabine Skrobek

Lektorat
Dr. Michael Petrow (Ltg.),
Marion Linssen, Karin
Schlipphak, Melanie Seipp

Bildredaktion
Beate Blank (Ltg.),
Ann-Kathrin Müller

Produktion
Wolfram Götz (Ltg.),
Franz Kantner,
Rüdiger Hergerdt,
Cornelia Sauer

Druck
ELLER repro+druck GmbH
78056 Villingen-
Schwenningen

Urheberrechte
Die im Magazin enthal-
tenen Beiträge sind urhe-
berrechtlich geschützt.
Alle Rechte werden vor-
behalten. Redaktionelle
Beiträge geben nicht un-
bedingt die Meinung des
Herausgebers wieder.