

Kompetenz-Center Face-to-Face-Marketing

Der persönliche Dialog mit dem Kunden am POS ist die direkteste Form des Dialogmarketing. Im Kompetenz-Center Face-to-Face-Marketing haben sich führende Agenturen der Branche zusammengefunden, deren Schwerpunkte in der Entwicklung, Umsetzung und Bewertung von personengestützten Promotionaktivitäten liegen. Dabei werden die Aktivitäten regelmäßig durch Maßnahmen zur Qualitätssicherung ergänzt.

Ziele:

- Offener Informationsaustausch unter Kollegen
- Akzeptanzsteigerung des Instruments Promotion bei Kunden/Anwendern
- Förderung und Ausbau des Images unseres Branchenzweiges durch Einhaltung klarer Grundsätze
- Schaffung von Transparenz innerhalb der Branche
- Definition gemeinsamer Positionen
- Lobbying gegenüber dem Gesetzgeber und anderen Institutionen, zwecks Erreichung von Rechtssicherheit für Agenturen
- Ermittlung von Kennziffern der Branche
- Formulierung und Durchsetzung von Standards, z. B. Ehrenkodizes, Definitionen, Effizienzmessung

Voraussetzung:

- Einhaltung eines Ehrenkodexes

Kompetenz-Center Zielgruppenmarketing

Im Kompetenz-Center Zielgruppenmarketing sind renommierte Listbroker und unabhängige Listmanager organisiert. Sie sind Spezialisten und Berater im Zielgruppenmarketing. Ihr Kerngeschäft ist die Vermittlung von Zielgruppen-Adressen für die Neukundengewinnung.

Ziele:

- Positionierung des Listbrokings als einer der wichtigsten Faktoren für erfolgreiches Dialogmarketing
- Einflussnahme auf die politischen, gesellschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen (insbesondere BDSG) zum Erhalt und zum weiteren Ausbau des Listbrokings
- Mehr Akzeptanz in der Öffentlichkeit, insbesondere beim Konsumenten
- Förderung der Professionalität durch Aus- und Weiterbildung
- Weiterentwicklung der Qualitäts-Standards von Listbroking-Angeboten

Voraussetzungen:

- Tätigkeit als neutraler, unabhängiger Adressmakler oder Listmanager sowie entsprechend professionelle Fachkenntnisse
- Verpflichtung zur Überprüfung der Qualitäts- und Leistungsstandards
- Einhaltung eines Ehrenkodexes
- Einhaltung von Verpflichtungserklärung

Kompetenz-Center Zustellung

Im Kompetenz-Center Zustellung sind Unternehmen organisiert, die sich mit der Verteilung von Werbematerialien an Haushalte befassen. Das Kompetenz-Center hat mit dem Zertifikat „TÜV-Rheinland-geprüfte Dialogmarketing-Zustellung“ ein Instrument geschaffen, das allen Marktpartnern ein hohes Niveau in der Verteilqualität garantiert.

Ziele:

- Akzeptanzsteigerung der Haushaltsdirektwerbung bei Verbrauchern und Anwendern, im wesentlichen durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit mit einem eigenen PR-Ausschuss sowie durch die Initiierung von Marktforschung
- Schaffung und Überwachung von Regularien zur Qualitätssteigerung der Zustellung und zur „Ordnung am Briefkasten“
- Wahrnehmung der gemeinsamen Interessen der Zustellunternehmen gegenüber allen gesellschaftlich relevanten Gruppen sowie der Gesetzgebung

Voraussetzungen:

- Kostenpflichtige Zertifizierung durch den TÜV Rheinland
- Einhaltung eines Ehrenkodexes

Förderzugehörigkeit:

Seit April 2011 ist – ohne TÜV-Zertifizierung – auch eine Förderzugehörigkeit zum Kompetenz-Center Zustellung möglich. Diese gibt Zustellunternehmen, die entweder keine eigene Zustellung durchführen oder aber von der TÜV-Zertifizierung keinen Gebrauch machen möchten, Gelegenheit zur Teilnahme an Networking und Erfahrungstransfer im Kompetenz-Center.

Kontakt:

DDV Deutscher Dialogmarketing Verband e. V.
Hahnstraße 70
60528 Frankfurt

Ansprechpartnerin: Martina Rambach
Telefon: +49 69 401 276-522
Fax: +49 69 401 276-599
E-Mail: m.rambach@ddv.de

www.ddv.de



Deutscher
Dialogmarketing
Verband e.V.

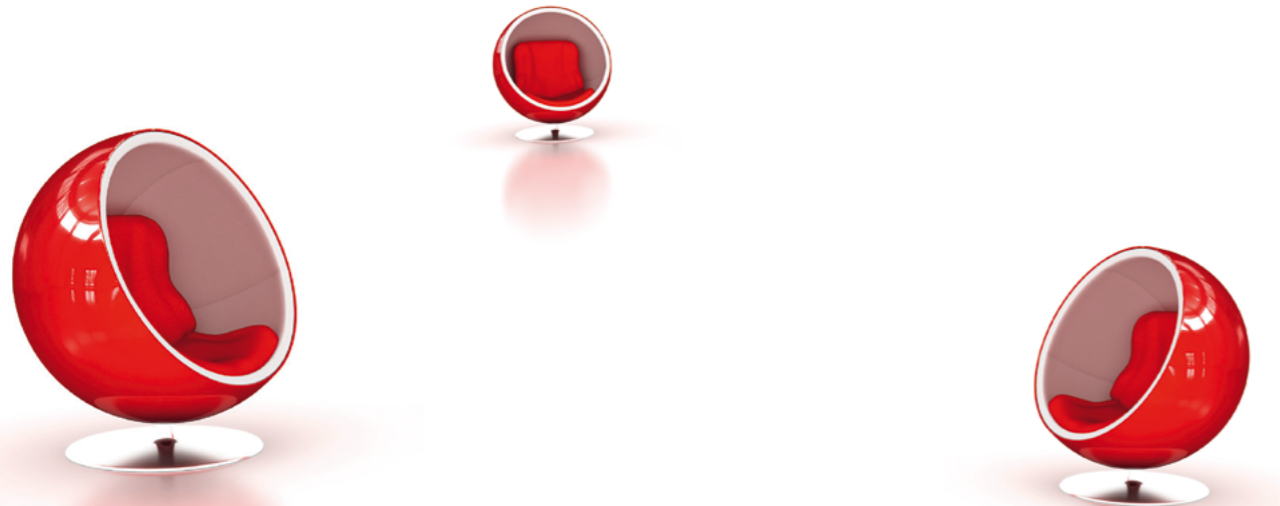
INFORMATION

DDV.

Zehn Kompetenz-Center
für Ihre Interessen.



www.ddv.de



Kompetenz-Center Abo- und Direktmarketing

Hier haben sich Unternehmen aus verschiedenen Branchen organisiert, deren Tätigkeit durch den Aufbau, die Vermittlung und die Pflege von Kundenbeziehungen gekennzeichnet ist, die insbesondere das sogenannte „Dauerschuldverhältnis“ umfassen.

Ziele:

- offener Dialog mit Verbrauchern, Verbänden, der Presse & Vertreterinnen und Vertretern aus Politik und Wirtschaft
- qualitätssichernde Maßnahmen im Markt gegenüber Wettbewerbern
- verantwortungsvoller Umgang mit den Marktpartnern, um u. a. das Vertrauen des Verbrauchers zu stärken

Voraussetzung:

- Einhaltung eines Ehrenkodexes

Kompetenz-Center Anwender von Dialogmarketing

Dieses Kompetenz-Center bietet den werbungstreibenden Unternehmen im DDV die Plattform für intensives Networking und Know-how-Austausch. Die Mitglieder tauschen sich hier in ihrer Funktion als Auftraggeber von Dialogmarketingdienstleistungen branchenübergreifend aus. In den regelmäßigen Treffen des Kompetenz-Centers steht vor allem der Wissenstransfer im Vordergrund. Erfahrungen und Informationen zu aktuellen Themen sowie zukünftigen Herausforderungen werden untereinander intensiv aus Auftraggebersicht diskutiert. Ergänzt werden die viermal jährlich stattfindenden Sitzungen des Kompetenz-Centers durch interessante Best Practice-Vorträge zu aktuellen Themen und Fragestellungen.

Ziele:

- Erfahrungs- und Informationsaustausch zu allen Themen des Dialogmarketings aus Sicht der Auftraggeber wie:
 - Online- und Printmedien
 - CRM-Maßnahmen
 - Datenschutz, Gesetzgebung
 - Entwicklungen und Trends
- Einflussnahme auf Politik und Wirtschaft im Sinne der Anwender

Voraussetzung:

Auftragsvergabe von Dialogmarketingdienstleistungen

Kompetenz-Center Customer Services

Im Kompetenz-Center Customer Services sind die in Deutschland führenden CallCenter-Dienstleister und -Anwender organisiert. Für aktuelle Themen werden fallweise Arbeitsgruppen mit der Aufarbeitung betraut (z. B. Thesenpapiere, gemeinsame Projekte mit anderen Organisationen und Qualitätsmanagement). Das Kompetenz-Center hat zur Information potenzieller Mitarbeiter eine eigene Website (www.jobchance-callcenter.de) eingerichtet.

Ziele:

- Einflussnahme auf politische, gesellschaftliche, wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen
- Öffentlichkeitsarbeit und Public Relations
- Förderung der Aus- und Weiterbildung
- Förderung der Zusammenarbeit und des Dialogs mit Telekommunikations-Anbietern, mit nationalen und internationalen Verbänden und Interessenvertretungen
- Einsatz von TeleMedien- und Customer Services in Marketing, Technologie und Strategie

Voraussetzung:

- Einhaltung eines Ehrenkodexes

Kompetenz-Center Customer Relationship Management

Dieses Kompetenz-Center ist Trendsetter rund um das Thema CRM. Es fungiert als Plattform für einen Wissenstransfer zwischen Mitgliedern aus unterschiedlichen Bereichen – sowohl von Dienstleister- als auch von Anwenderseite.

Ziele:

- Positionierung von CRM als Managementphilosophie im Markt durch Veranstaltungen, Messeformate und Publikationen
- Hilfestellung bei der Auswahl der geeigneten Instrumente, Methoden und Partner zur Einführung von CRM
- Förderung des intensiven Austauschs der Mitglieder untereinander

Voraussetzungen:

- Teilnahme und aktive Mitarbeit an den Projekten des Kompetenz-Centers
- Aktive Weitergabe der CRM-Inhalte im eigenen Unternehmen
- Aufnahme durch das CRM-Board

Kompetenz-Center Dialogmarketing-Agenturen

Die kreativen Köpfe der wichtigsten Dialogmarketing-Kampagnen sind im Kompetenz-Center Dialogmarketing-Agenturen organisiert. Hier sind von den international agierenden Werbeagenturnetzwerken über große selbständige Kreativschmieden bis hin zu kleineren inhabergeführten Unternehmen alle Dialogmarketing-Agenturen vertreten, die Rang und Namen haben.

Ziele:

- Themenführerschaft in Sachen Dialogmarketing-Beratung, Kreation, Database und Media im Dialogmarketing
- Austausch und Networking
- Konzeption und Durchführung des Deutschen Dialogmarketing Preises
- Nachwuchsqualifizierung im Dialogmarketing

Voraussetzungen:

- Erbringung klar definierter Eigenleistungen im Bereich Dialogmarketing wie Konzeption und Kreation von Kampagnen
- Einhaltung eines Ehrenkodexes

Kompetenz-Center Digitaler Dialog

Der Dialog über digitale Medien ist einer der wesentlichen Wachstumsbereiche und Innovationsfaktor im Dialogmarketing. Wesentliche Themen hierbei sind zum Beispiel E-Mail Marketing, Mobile Marketing und Suchmaschinenmarketing, aber auch Webformate, die auf Interaktion ausgelegt sind.

Ziele:

- Definition gemeinsamer Positionen
- Verbreitung gemeinsamer Botschaften (Broschüren, Veranstaltungen etc.)
- Formulierung und Durchsetzung von Standards (Definitionen, Messverfahren etc.)
- Whitelistprojekt „Certified Senders Alliance (CSA)“

Voraussetzungen:

- Einhaltung eines Ehrenkodexes

Kompetenz-Center DirectMail Services

In diesem Kompetenz-Center sind Dienstleister aus den Bereichen Adresse, Lettershop und Verarbeitung organisiert. Die Mitglieder fördern aktiv den Informationsaustausch mit nationalen und internationalen Organisationen und Verbänden. Darüber hinaus positionieren sie Direktmarketing-Dienstleistungen am Standort Deutschland insbesondere in den Bereichen Technik und Aus- und Weiterbildung.

Ziele:

- Steigerung von Qualität und Quantität adressierter Werbesendungen
- Schaffung eines positiven Images von adressierten Werbesendungen in der Öffentlichkeit
- Transparenz bezüglich des Leistungsangebots, der Qualitätsstandards und des Geschäftsgebarens gegenüber Kunden
- Kompetenter Ansprechpartner für Politik, Medien

