

horeca-store.at

MEHR GÄSTE DURCH INNOVATIONEN

Die Cross Channel Sales Offensive

in der österreichischen Hotellerie

Eine Sales Offensive von
neukunden.at Vertriebsdienstleistungs GmbH, Grabenstraße 90c, 8010 Graz,
FB-Nr. FN 362030y, **UID-Nr.** ATU66419547 **Bankverbindung** Hypo Vorarlberg,
IBAN AT35 58000 21510054013, **BIC** HYPVAT2B, aktuelle **AGBs** unter www.neukunden.at

Jeder Cent Ihrer Marketingausgaben muss sich rechnen

2 Beratungstage für Kaufanreiz- und Marketingberatung, 6 Monate Webmarketing und redaktionelle Begleitung auf dem führenden Fachportal, 12.000 Tele Sales Gespräche, Booklet an 2.000 Entscheider, ein Newsletter und dessen Auswertung an über 2.000 hoch qualitative Empfänger, verschlingt gewöhnlich ein beachtliches Marketingbudget.

Schon morgen neue Kunden!

Profitieren Sie von einer noch nie dagewesenen Schlagkraft in der Neukundengewinnung durch die Kombination von Telemarketing und Digitalmarketing. Insgesamt erreichen Sie innerhalb einer Sales Offensive in nur **4 Monaten** direkt **3.500 Entscheider** der Österreichischen Hotellerie **mehrmals!**

Über 20 Jahre Erfahrung

- ✓ **Hocheffektiv** 100 % Verkaufsausrichtung
- ✓ **Alles aus einem Guss** Verknüpfung von Print, Tele Sales und Digitalmarketing
- ✓ **Exklusiv** Kein Wettbewerb in der Kampagne
- ✓ **Hochwertig** Nur Marktführer im Segment

Offensive mit deutlicher Einsparung Ihres Budgets

- ✓ **Bis zu 75% Einsparung** gegenüber herkömmlichen Einzelmaßnahmen
- ✓ **300 % mehr Effektivität** gegenüber herkömmlichen Einzelmaßnahmen
- ✓ **Messbar** (über 300 qualitative Leads in der Salesoffensive 2017/2)

Die Leadgenerierung der HORECA Sales Offensive – Der Ablauf

Schritt 1	Workshop	Gemeinsamer Verkaufsworkshop: Vorbereitung, „neukunden.at plus Programm“.
Schritt 2	Booklet	Vorstellung Ihrer Produkte postalisch Auflage 2.000 Stk.
Schritt 3	Fachportal	Vorstellung Ihrer Produkte auf http://www.horeca-store.at . Über 5.700 Interessenten monatlich!
Schritt 4	Telesales 1	Vorstellung Ihrer Produkte an über 1.500 Ansprechpartner Über 80 % Erreichquote!
Schritt 5	Newsletter	Versand und Auswertung der Mehrfachöffner. Über 33 % Öffnungsquote!
Schritt 6	Telesales 2	Nochmalige Kontaktaufnahme mit den Mehrfachöffnern Über 300 Ansprechpartner, Über 80 % Erreichquote

Unschlagbarer Preis und Zahlung nach Leistung

Der Paketpreis eines Horeca-Store Impact Paketes beläuft sich auf Euro **24.750,-** zuzüglich 20 % Ust.

- ✓ Erste Teilzahlung
- ✓ Zweite Teilzahlung

Abgeschlossene Vorbereitung und Online Auftritt
Die ersten abgeschlossenen 200 Kontakte oder Leadprämie

Highlights der letzten Monate

- ✓ **Über 300 Interessenten** aus unseren Telefonkontakten
- ✓ **33 % Klickrate** weit über Marktniveau (1,5%)
- ✓ **482 Mal** werden unsere Artikel durchschnittlich 5 Minuten gelesen
- ✓ **5.700 Interessenten** auf www.horeca-store.at in den Produkten der Partner
- ✓ **85,500 Personen** haben unsere Bannerwerbung gesehen

Was sagen unsere Werbepartner zur HORECA Vertriebsinitiative?

Manuel Stanek (Produktmanager Sporthotel Guide): *"Durch HORECA konnten wir binnen 3 Monaten mehr als 70 neue Interessenten für unsere Angebote begeistern. Durch keine andere Maßnahme erzielten wir einen vergleichbar hohen Vertriebsdruck in unserem Zielmarkt."*

Was sagen Hotels zu unserer HORECA Vertriebsinitiative?

99,5 % der Hotels, welche regelmäßig kontaktiert werden, erlauben und begrüßen weiterhin den Kontakt mit Horeca-Store. Diese Erlaubnis wird bei jedem Gespräch erneut eingeholt.

Aleksandra Izdebska, TIAN BetriebsGmbH: *„Ich finde die Idee, 2 mal im Jahr vorselektierte Innovationsprodukte vorgestellt zu bekommen, sehr hilfreich“*

Sonderthemen der nächsten Offensiven

HORECA Kampagne 2018/1 Sport, Wellness, Genuss

HORECA Kampagne 2018/2 Energie und Mobilität

HORECA Kampagne 2018/3 Innovation und Investition

HORECA Kampagne 2018/4 IT und neue Medien

FAQs rund um die HORECA Sales Offensive

Unter welchen Kriterien wurden die Adressen selektiert?

✓ Es wurden aus einem Pool von 6.000 Adressen 2.000 hochwertige Häuser selektiert, welche modern, dynamisch und für Innovationen offen sind.

Ist es möglich, die Adressen auf Gebiet oder Hotelgröße einzuschränken?

✓ Selbstverständlich ist das möglich. Gerne nehmen wir auch Selektionen nach Postleitzahl, Anzahl der Betten oder Sterne vor bzw. definieren mit Ihnen eine Sperrliste. Die Mindestselektion beträgt 500 Häuser. Der Preis der Kampagne wird dementsprechend angepasst.

Wie wird die Qualität der Telefonie gewährleistet?

✓ Vor Beginn der Vertriebsinitiative haben Sie die Möglichkeit unserem gesamten Team Ihr Unternehmen persönlich zu präsentieren

✓ Innerhalb des ersten Monats der Vertriebsinitiative analysieren wir die Gespräche täglich und schärfen das Wording nach.

Wie werden die Leads gewertet?

✓ Die Wertung der Leads wird mit Ihnen vorab individuell vereinbart und ist je nach Anforderung der Unternehmen unterschiedlich. Grundsätzlich werden keine B (Unterlagen) Leads versandt sondern durch unser Team nachtelefoniert. Sie erhalten die A Leads (Nachweisliche Interesse an Ihren Produkten) natürlich auf Wunsch auch die B Leads.

Wie und wann werden die Leads übermittelt?

✓ Jeweils Mitte einer Arbeitswoche erhalten Sie sämtliche Leads in PDF-Form und eine Gesamtstatistik der Vertriebsinitiative. So verfügen Sie rechtzeitig über Ihre wertvollen Leads und haben immer Überblick über den Gesamtfortschritt.

Haben wir die Möglichkeit, unseren Werbeauftritt auf www.horeca-store.at während der Kampagne zu verändern?

✓ Sie haben monatlich die Möglichkeit, neue Inhalte zu auf der Webseite zu zeigen. Ferner freuen wir uns über Interviews Ihrer besten Kunden und innovative Lösungen.

Wird der Erfolg der HORECA Vertriebsinitiative garantiert?

✓ Wir sind überzeugt, dass Sie mit HORECA Store Erfolg haben werden. Freilich können wir keine schriftlichen Garantien geben, da wir die Qualität Ihrer Nacharbeit nicht kennen. Die Begeisterung unserer Kunden, zahlreiche Referenzen, die Erfolgsstatistiken erfolgreicher Vertriebsinitiativen und unsere strengen Qualitätskriterien sprechen allerdings für sich. Gerne bauen wir aber gestaffelte Zahlungsmodalitäten je nach Fortschritt ein.

Die Schlüsselpersonen

Christina Schwarzl MA



Aufgaben: Qualitätssicherung, Marketing, Projekt- und Mitarbeiter-Koordination

Kompetenz: Christina Schwarzl verfügt über 10 Jahre Erfahrung in der qualifizierten Neukundengewinnung und dem Key Account Management. Bereits im Rahmen des Studiums (FH-Campus02 / Sales Management) erfolgte die Spezialisierung auf die Vertriebsinstrumente Tele- und Digitalmarketing.

Kontakt: christina.schwarzl@neukunden.at, +43 650 3936 588

Dr. Reinhard Neudorfer

Aufgaben: Digitalmarketing, Vertrieb, Innovation

Kompetenz: Reinhard Neudorfer verfügt über knapp 20 Jahre Erfahrung im Digitalmarketing und Vertrieb und hat in diesem Feld zahlreiche nationale und internationale Auszeichnungen erhalten und Preise gewonnen. Als promovierter Betriebswirt mit zwei weiteren postgradualen Abschlüssen (Harvard Business School/Digitalmarketing und Kepler Uni Linz/Sales Excellence) ist Neudorfer Universitäts- und Fachhochschullektor sowie aktiver Gerichtssachverständiger.

Kontakt: reinhard.neudorfer@neukunden.at, +43 664 8860 5939



Peter Hirschfeld



Aufgaben: Vertrieb, Tele Marketing, Mitarbeitercoaching

Kompetenz: Peter Hirschfeld mit über 30 Jahren Erfahrung im Vertrieb ist einer der Pioniere der „Multi Channel Sales Kampagnen“ und hat in den letzten 10 Jahren mit über 200 Kampagnen die Schlagkraft der persönlichen Kontaktaufnahme per Tele Marketing perfektioniert. Hirschfeld zählt als Vertriebsberater und Coach Unternehmen, wie Nespresso, PWC, HP, Raiffeisen, Post AG oder UPC zu seinen Kunden.

Kontakt: peter.hirschfeld@neukunden.at, +43 664 1414143