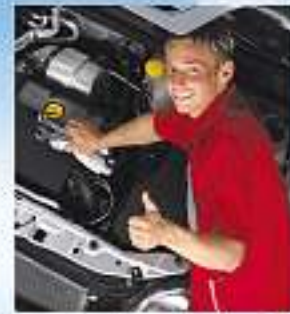




# Top Service Unternehmen

in Mainz



„Präsentieren auch Sie Ihre Firma in der Kampagne!“

## INTERVIEW

# „Einzigartiges Paket an werblichen und verkaufsfördernden Maßnahmen“

Gespräch mit Anzeigenleiter Rainer Baumann und Verkaufsleiterin Inge Witte zum Stand der Dinge bei „Top Service Unternehmen in Mainz“

**Mainz (tka) – Die Kampagne „Top Service Unternehmen in Mainz“, bei der Kunden die Möglichkeit haben, den Service teilnehmender Firmen zu bewerten, ist in vollem Gang. Über den aktuellen Stand der Dinge sprach Wochenblatt Redakteur Tilman Kaulich mit Anzeigenleiter Rainer Baumann und der Verkaufsleiterin des Mainzer Wochenblatts, Inge Witte.**

*Frage: Die Kampagne „Top Service Unternehmen in Mainz“ ist in der Gutenbergstadt bisher ohne Vergleich. Was waren die Beweggründe*

*für Sie, die Aktion nach Mainz zu holen?*

**Baumann:** Ich bin von mehreren Anzeigenleiter-Kollegen aus anderen Regionen darauf aufmerksam gemacht worden und mir wurde schnell klar, dass diese Aktion auch für Mainz interessant ist.

**Witte:** Als mir die Aktion vorgestellt wurde, war ich sofort begeistert, denn es handelt sich nicht einfach um eine Einzelaktion, sondern um ein einzigartiges Paket an werblichen und verkaufsfördernden Maßnahmen, die optimal inei-

nandergreifen.

*Frage: Auf welche Nachfrage stößt die Kampagne bei den angesprochenen Unternehmen?*

**Baumann:** Wir haben sehr viel Nachfrage aus allen Branchen. Durch diese Aktion haben wir auch viele Neukunden überzeugen können, bei dieser Aktion mitzumachen.

**Witte:** Wir freuen uns sehr über die hohe Nachfrage unserer Stammkunden, aber gerade auch von Kunden, die bisher noch nicht mit uns zusammengearbeitet ha-

ben. Dies zeigt den Grad an Aufmerksamkeit, den die Aktion erzeugt.

*Frage: Welche Vorteile bieten sich teilnehmenden Firmen?*

**Baumann:** Durch diese Marketingaktion ist der Kunde wochenlang immer wieder in der Printausgabe des Mainzer Wochenblattes und unter [www.rhein-main-wochenblatt.de](http://www.rhein-main-wochenblatt.de) präsent und er kann das Thema „Service“ auch im eigenen Unternehmen sensibilisieren.

**Witte:** Die Aktion beschäftigt sich neben der werblichen Komponente

ausführlich mit dem Thema Service und ermöglicht den Kunden, die mitmachen, eine auf ihre Bedingungen zugeschnittene Analyse.

*Frage: Und wie profitiert der einzelne Kunde durch die Aktion?*

**Baumann:** Der Kunde bekommt durch das Voting seiner Kunden und durch die Leserschaft des Mainzer Wochenblattes ein Ergebnis darüber, wie seine Serviceleistungen eingestuft werden.

**Witte:** Neben einer über mehrere Wochen andauernden Werbepräsenz und der Service-Analyse ver-

stärken die teilnehmenden Kunden auf alle Fälle auch ihre Image-Botschaft, ein Fachgeschäft oder ein Dienstleister zu sein, für den Service nicht nur ein Wort ist.

*Frage: Wie nehmen die Kunden die Kampagne an – gibt es schon Rückmeldungen?*

**Baumann:** Wir haben schon viele verschiedengroße Pakete aus allen Branchen akquirieren können.

**Witte:** Die Kampagne kommt sehr gut an, wie sich jede Woche anhand der veröffentlichten Logos der teilnehmenden Kunden sehen lässt.

**Wir sind dabei:**

Informieren Sie sich unter Telefon 06131/485555 oder per E-Mail unter [mainzer.wochenblatt@vrm.de](mailto:mainzer.wochenblatt@vrm.de)