

Der ausgelagerte Vertrieb

Das Online-Portal www.rma.de, auf dem Hotels und Gaststätten buchbar sind, hat seinen Vertrieb komplett ausgelagert. Ein externer Dienstleister kümmert sich darum, dass möglichst viele Angebote ins Internet kommen. Die Kunden fühlen sich trotzdem gut betreut.

Text _ Andreas Buchelt



Vertrieb auf Wunsch: Outsourcing macht's möglich.

Schnell viele Interessenten generieren und zum Vertragsabschluss bringen. Dieser Traum jedes Vertriebsleiters wird schnell zum Albtraum, wenn man die Kosten der Vertriebsstruktur berechnet, die dazu aufgebaut werden muss. Outsourcing von Außendienstaufgaben wird erst dann zu einer Win-win-Situation, wenn der Anbieter in der Lage ist, schnell, effizient, flexibel und kostengünstig auf die Anforderungen der Kunden zu reagieren. Wichtig ist dabei das Verständnis für die Produkt-

welt des Auftraggebers und ein zeitlich flexibler Einsatz von Mitarbeitern. Schließlich sollen Telemarketingmitarbeiter und Vertriebsaußendienst gut aufeinander abgestimmt sein und optimal kooperieren. Im Falle des Online-Portals www.rma.de, auf dem Hotels und Tagungsstätten direkt gebucht werden können, unterstützt der Dienstleister Adecco Sales, Marketing & Event den Vertrieb. Die Business Line des Personaldienstleisters Adecco ist spezialisiert auf Vertrieb, Verkaufsförderung, Veranstaltungsmanagement und Kundenbetreuung.

Der Kunde merkt nichts

Im Fall des Online-Portals nimmt Adecco über die beiden eigenen Call-Center Kontakt zu den Hotels auf, erläutert die Vorteile der In-

ternet-Präsenz und vereinbart bei Interesse Termine für den Außendienst. So wird sichergestellt, dass nur Hotels mit einem realen Bedarf besucht werden. Bei einem persönlichen Gespräch stellen die Vertriebler von Adecco dann das Konzept vor.

Sowohl das Call-Center als auch der Vertriebsaußendienst treten dabei im Namen von [rma.de](http://www.rma.de) auf. Der potenzielle Kunde merkt überhaupt nicht, dass es sich um ein Vertriebs-Outsourcing handelt und fühlt sich gut betreut.

Fazit: Mehr als 3.000 Unterkünfte, vom Ein-bis-fünf-Sterne Hotel, vom Touristikhôtel bis zum Luxushotel, sind inzwischen bundesweit online bei [rma.de](http://www.rma.de) buchbar, Tendenz weiter steigend. »Wir benötigen einen Partner, der regional verankert ist, global denkt und eine schnelle Lösung aus einer Hand bietet«, erläutert Bodo Bender. Der Projektverantwortliche ist überzeugt: »Vertriebs-outsourcing mit einem Mix von Telemarketing und Vertriebsaußendienst ist eine effiziente und flexible Lösung, die in Deutschland ein hohes Entwicklungspotenzial hat.«

Durch den großen Erfolg im Rhein-Main-Gebiet wurde die Buchungsmöglichkeit von Hotels mittlerweile überregional ausgebaut. Wer weiß, ob nicht zukünftig sogar eine internationale Hotelakquisition gefragt ist. Die Adecco Business Line Sales, Marketing & Event ist in 70 Ländern vertreten. So sind auch grenzüberschreitende Promotionsätze oder internationale Sales-Force-Konzepte umsetzbar.

redaktion@acquisa.de

•]

AUTOR

Andreas Buchelt,

Business-Line-Manager
Sales Marketing &

Events bei Adecco Deutschland und
Global Manager Adecco Call Center
Solutions.

→ andreas.buchelt@adecco.de

