

Pressemeldung, 27.05.2009

Wuppertal. „Rezepte für rechtssicheres Dialogmarketing“ – zu diesem Thema veranstaltet die ABS Praxis-Workshops mit erfahrenen Rechts- und Marketingexperten. Voraussichtlich mit Wirkung 1. Juli 2009 wird das neue Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) in Kraft treten. Ziel ist, die Selbstbestimmung der Konsumenten mithilfe der Verankerung einer Zustimmungspflicht zur Adressverwendung und -weitergabe zu stärken. Unternehmen sind gut beraten, sich möglichst frühzeitig auf die anstehenden rechtlichen Gegebenheiten vorzubereiten und die aktuellen Prozesse und Verfahrensweisen im Dialogmarketing zu überprüfen und zukunftssicher zu gestalten. Der Workshop **„Datenschutz und Dialoge“** aus der Workshop-Reihe für angewandtes CRM zielt darauf ab, Entscheidern pragmatisch die wichtigsten Fakten zur Anpassung und Optimierung aufzuzeigen und die Basis für eine Wettbewerbssicherung zu ebnet.

Nähere Informationen sind auf der Internet-Seite www.marketing-by-abs.com abrufbar.

Ansprechpartner:

Dipl.-Btw. (FH) Viviane Scherenberg, M.Sc. (MPH)

PR & Öffentlichkeitsarbeit

E-Mail: vs@marketing-by-abs.com

Telefon: +49 (202) 37 147 - 24

Fax: +49 (202) 37 147 – 49

Möchten Sie in unseren Presseverteiler aufgenommen werden? Dann senden Sie einfach eine Email an: redaktion@marketing-by-abs.com. Gerne senden wir Ihnen unsere aktuellen Pressemitteilungen in Zukunft direkt per E-Mail zu. Unser kostenloses Infomagazin sowie allgemeine Informationen zur ABS können Sie jederzeit auf unserer Homepage (Kontaktformular) anfordern. Wenn Sie weitere Informationen benötigen oder sich für andere Themen (z.B. Exklusivartikel) interessieren, so richten Sie Ihre direkte Presseanfrage an Viviane Scherenberg.

Pressemeldung, 27.05.2009

Praxis-Workshop: „Rezepte“ für rechtssicheres Dialogmarketing

Wuppertal. „Rezepte für rechtssicheres Dialogmarketing“ – zu diesem Thema veranstaltet die ABS Praxis-Workshops mit erfahrenen Rechts- und Marketingexperten. Voraussichtlich mit Wirkung 1. Juli 2009 wird das neue Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) in Kraft treten. Ziel ist, die Selbstbestimmung der Konsumenten mithilfe der Verankerung einer Zustimmungspflicht zur Adressverwendung und -weitergabe zu stärken. Unternehmen sind gut beraten, sich möglichst frühzeitig auf die anstehenden rechtlichen Gegebenheiten vorzubereiten und die aktuellen Prozesse und Verfahrensweisen im Dialogmarketing zu überprüfen und zukunftssicher zu gestalten. Der Workshop „**Datenschutz und Dialoge**“ aus der Workshop-Reihe für angewandtes CRM zielt darauf ab, Entscheidern pragmatisch die wichtigsten Fakten zur Anpassung und Optimierung aufzuzeigen und die Basis für eine Wettbewerbssicherung zu ebnen.

Nähere Informationen sind auf der Internet-Seite www.marketing-by-abs.com abrufbar.

Der Workshop ist wahlweise ein- oder zweitägig konzipiert. Ziel ist, dass betriebene oder geplante Maßnahmen auf Konformität zu geltenden Bestimmungen überprüft werden. Datenschutz und Wettbewerbsrecht sind keine statischen Parameter. Eine bei Prozessimplementierung vorhandene Gesetzeskonformität kann inzwischen hinfällig geworden sein. Im Rahmen des Workshops werden u.a. die existenzbedrohlichen Neuerungen des neuen Datenschutzgesetzes erörtert.

CRM-Plattformen und Aktivitäten verstoßen oft aus Unkenntnis oder mangelnder Sensibilität gegen geltende Rechtsbestimmungen. Grundsätzlich gilt, dass womöglich neben dem bilanzierbaren Schaden einer Abmahnung, die nicht quantifizierbaren Imageschäden schwerer wiegen. Neben der veränderten gesetzlichen Situationen treten aufgrund der zunehmenden Sensibilität vermehrt Unterlassungsklagen, -erklärungen und Abmahnungen von Seiten der Konsumenten auf. Dies kann dazu führen, dass einzelne Maßnahmen und komplette Strategien gestoppt werden. Die Überprüfung der aktuellen Prozesse betrifft daher sowohl die Bereiche des Datenschutzes, des Verbraucherschutzes wie auch des Wettbewerbsrechtes. Die Teilnehmer des Workshops erhalten über die rechtlichen Anforderungen ihres CRMs ein Audit. Zentrale Inhalte des Workshops sind:

- Sind die Maßnahmen zur Umsetzung Ihrer CRM-Strategie juristisch unantastbar?
- Datenbanken und Löschungen
- Offline- und Online-Medien, Analyse der Bestimmungen
- Datenschutz, Verbraucherschutz und Wettbewerbsrecht
- Welche Konsequenzen kann das UWG für den Fortbestand des Unternehmens haben?
- Kundenbeziehung und Kontaktaufnahme
- Warm- und Kaltkontakt, Opt-In und Opt-Out
- Telefon und eMail
- etc.

Je früher die **richtigen Weichen** gestellt werden, desto kostengünstiger, leichter und wahrscheinlicher können die gewünschten Effekte erzielt werden und eine positive Abgrenzung vom Wettbewerb erfolgen! Mehr über die Workshop-Reihe der ABS Computer GmbH erfahren Sie auf der Homepage www.marketing-by-abs.com oder direkt telefonisch unter 0800 – DIALOG+ (0800 – 342 56 40).

Über ABS:

Seit der Gründung 1989 hat sich ABS zu einem anerkannten Berater und Dienstleister für strategisches Direkt-/Dialogmarketing und angewandtes CRM entwickelt. ABS unterstützt Unternehmen bei der Gewinnung und Bindung von Kunden durch die Integration von CRM-Know-how beim konsequenten Einsatz von edv-gestützten Multi-Channel-Kampagnen.

Das Unternehmen, seine Mitarbeiter und Partner haben in zahlreichen Projekten in der Automobilindustrie, der Versicherungs- und Finanzdienstleistungswirtschaft und anderen Branchen mit hochwertigen Kundenbeziehungen die Möglichkeiten des integrierten Dialoges unter Beweis stellen können.

Der Schwerpunkt der ABS liegt in der Gestaltung, Umsetzung und Betreuung von durchgängigen Dialogprozessen zur Gewinnung und Bindung von Kunden sowie in der Einbindung komplexer dezentraler Vertriebsstrukturen (z.B. Vertriebsagenturen, Vertriebspartnerschaften, dezentraler Vertriebsaußendienst etc.) in zentrale Kommunikations-Prozesse. Von der Identifizierung potenzieller Kunden, über ein integriertes bidirektionales Leadmanagement, bis zur kundenwertorientierten integrierten Kommunikation über alle medialen Kanäle, unterstützt die ABS transparente Dialogprozesse zur Entanonymisierung und Emotionalisierung des jeweiligen Marktes.

Im Rahmen einer effizienten Umsetzung von CRM-Strategien in Unternehmen hat ABS sich als system-unabhängiges Beratungs- und Realisierungsunternehmen sowie als Partner für den Know-how-Transfer im Markt etabliert. Nach dem Grundsatz „*CRM ist mehr als Software!*“ bietet die ABS neben einer umfangreichen Beratung und Begleitung auch kompakte ein- und zweitägige Workshops zu einzelnen Phasen und Herausforderungen einer CRM-Umsetzung an.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.marketing-by-abs.com und www.healthcare-by-abs.com