

ABS FEIERT 20-JÄHRIGES JUBILÄUM

Wuppertal. *„Zufriedenheit ist die Feindin des Fortschritts!“* so oder ähnlich könnte das Motto der ABS lauten, wenn man die Historie des Unternehmens betrachtet. 1989 erblickte die ABS das Licht der Unternehmenswelt im sauerländischen Marsberg. In der Zwischenzeit hat die ABS ihren Hauptsitz nach Wuppertal verlagert. ABS stand ursprünglich für **Ausbildung – Beratung – Softwareentwicklung**. Doch mit dem anfänglichen Geschäftszweck, sprich der Erstellung und dem Vertrieb von Soft- und Hardware sowie Schulung und Beratung im EDV-Bereich hat das Unternehmen schon lange nichts mehr gemein. Grund war die frühe Erkenntnis, dass EDV zwar wichtig, allerdings im gesamten Gefüge nur als Mittel zum Zweck für den Unternehmenserfolg gewertet werden kann.

Dies führte dazu, dass sich die ABS zu einem Spezialisten in Sachen Beziehungs- und Dialogmarketing entwickelt hat, der sich seit Jahren intensiv mit der Optimierung der Bereiche Neukundengewinnung und Kundenbindung für groß- und mittelständische Unternehmen auseinandersetzt. Grundlage ist, dem Kunden auf verschiedenen Wegen und mit unterschiedlichen Methoden den Weg zur richtigen Entscheidung zu ebnen und dafür Sorge zu tragen, dass die zentralen Geschäftsziele **nachhaltig** verfolgt werden. Ziel ist es, den Kunden ein vollständiges Bild zu verschaffen und die Mehrwerte der Maßnahmen für die einzelnen Abteilungen und das Gesamtunternehmen im Auge zu behalten. Schon früh hat die ABS hier erkannt, dass Marketing, speziell Customer Relationship Management, mehr als nur eine Datenbank bzw. Software darstellt. Tiefes Anliegen der ABS ist es daher, im Bereich CRM **„Brücken zu bauen“**. Nicht nur zwischen IT und Marketing, sondern auch zwischen den unterschiedlichen internen Abteilungen sowie den externen und internen Strukturen (z.B. Handel und Zentrale) ihrer Kunden. Denn das so aufgebaute Gesamtverständnis für die Bedürfnisse des „Anderen“ (**Kunden – Mitarbeiter – Unternehmen**) steigert die gegenseitige Empathie und Wertschätzung und sorgt für eine nachhaltige Kundenorientierung und Steigerung der Mitarbeiter- und damit Kundenzufriedenheit. Diese strategische Vorgehensweise sowie die langjährige Entwicklungsarbeit operativer Online-Steuerungsinstrumente sind Faktoren, von denen die ABS Kunden im Alltag nachhaltig profitieren. Besondere Erfolge erzielt die ABS seit mehr als 14 Jahren mit ihrer strategischen Beratung und Umsetzung für einen bekannten Automobilkonzern im Premiumsegment. Aber auch im Bereich Gesundheitswesen engagiert sich die ABS und bietet Kompetenzen rund um das Feld Healthcare.

Das Know-how schöpft die ABS nicht nur aus der langjährigen Erfahrung, sondern auch aus intensiver, aktiver Zusammenarbeit mit diversen Fachverbänden der Marketingbranche. **„Mit Flexibilität, Innovation und Offenheit die Zukunft nachhaltig zu gestalten,“**, so der geschäftsführende Gesellschafter der ABS, Sven Bruck, **„bereichert nicht nur unseren gemeinsamen Unternehmensprozess, an dem alle Mitarbeiter (und Kunden) teilhaben, sondern stellt den Mittelpunkt der ABS Unternehmensphilosophie dar“**.

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

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