

# Wenn das Telefon zur Visitenkarte wird...

Die meisten Geschäftskontakte werden über das Telefon abgewickelt, doch in Warteschleifen verärgert Standardgeklimper oder Endlos-Warteschleifen viele Anrufer. Die Lösung: Die Warteschleife zum Marketing-Instrument machen.

Weil er sich selbst beim Warten in Telefonleitungen immer wieder ärgerte, entwickelte Jörg Wiederkehr die Idee, die Warteschleife zu einem aktiven und unterhaltsamen Verkaufsinstrument zu machen. Und betreut mit seiner Firma Sound Spirit Service GmbH, Waiblingen, mittlerweile bereits 120 Kunden in ganz Deutschland. Individuell gestaltete Spots aus seinem »Audio-Seller« informieren über neue Produkte, Mes-

setertermine oder Dienstleistungen des angerufenen Unternehmens. Der Spot wird von Profis gesprochen, in eine passende Musikbett gelegt und in die Warteschleife eingespielt.

»Wer als so genannter Pflegekunde ins System einsteigt, verpflichtet sich, im Jahr mindestens vier Spots abzunehmen«, so Wiederkehr. Bereits ab 4.000 Mark im Jahr können mehrere Spots produziert werden, die regelmäßig nach Wunsch des Kunden durch-



gewechselt werden. Einmalige Projekte sind ab 1.500 Mark zu haben. Nicht nur die Telefon-Warteschleife eines Unternehmens, auch alle anderen relevanten Telefonautomatismen – wie zum Beispiel der Anrufbeantworter – werden so gestaltet, dass sie sich in die Corporate Identity der Firma einfügen.

Infos: Sound Spirit Service GmbH, Waiblingen, [www.soundspirit-service.de](http://www.soundspirit-service.de)