

Auf der Suche nach der erotischsten Stimme

Handy-Casting-Aktion in Berlin und Brandenburg

Berlin - Automatische Sprachsysteme sollen verstärkt als Werbemittel zum Einsatz kommen, um Markenbotschaften über das Telefon zu transportieren und die Interaktion mit den Kunden zu verbessern. Die Firmen VoicInt Telecommunications <http://www.voicint.com> und VoiceObjects <http://www.voiceobjects.com> bauen dafür einen neuen Mobilfunk-Mehrwertdienst auf: Ab heute sucht Hitradio 104.6 RTL in einer Handy-Casting-Aktion unter dem Titel "Stimme Deiner Stadt" <http://www.stimme-deiner-stadt.de> die erotischste Stimme Berlins und Brandenburgs. Die Anrufer können sich auf einem Portal mit einer Sprechprobe bewerben oder für ihren Favoriten abstimmen. Entwickelt wurde das Konzept in Zusammenarbeit mit der Marketingagentur Scholz & Friends <http://www.s-f.com>. Die "Stimme Deiner Stadt" ist vom 18. Juli bis zum 12. August unter der Kurzwahl 22456 aus allen deutschen Mobilfunknetzen erreichbar. Anrufe kosten 69 Cent die Minute.

"Der neu geschaffene Kommunikationskanal birgt ein enormes Potenzial für Marken, ihre Botschaft über das Telefon zu positionieren und mit ihren Kunden zu interagieren. Und er verfügt noch über einen weiteren bestechenden Vorteil: Werbung über das Telefon wird ab sofort bezahlbar. Denn die neuartige Technologie baut auf der Struktur des Internets auf und wird damit ähnlich günstig," sagt Thomas Heilmann, Vorstandsvorsitzender der Scholz & Friends AG.

Mit serverbasierten Managementsystemen des Bergisch Gladbacher Softwarehauses VoiceObjects könnten anspruchsvolle Sprachanwendungen wie "Stimme Deiner Stadt" so attraktiv gestaltet werden, dass schon der Anruf selbst Spaß mache. Zudem sei die sprachverarbeitende Technik für derartige Telefon-Aktionen preisgünstig. Für die Anbieter würden weder Personalkosten für Telefonisten noch Investitionen in eine technische Infrastruktur anfallen. "Mit Sprachanwendungen können Unternehmen nicht nur telefonische Auskünfte, Buchungen, Bestellungen oder auch Anrufvermittlung automatisieren und so die Personalkosten im Call Center senken. Sprachportale sind auch ein sehr effizientes Mittel für die zielgruppengerechte Ansprache und damit ein ideales Marketing-Instrument gerade für die junge Handy-Generation", ergänzt Peter Filz, der bei VoicInt für das Projekt verantwortlich ist.

"Bislang war es schwierig, Telefonservices mit einer Qualität aufzubauen, dass sie die Bezeichnung & Mehrwert-Dienst & auch wirklich verdienen", ergänzt VoiceObjects-Vorstandschef Karl-Heinz Land. "Mit den neuen, serverbasierten Technologien ist dies heute aber ohne weiteres möglich. Unser Managementsystem vereinfacht die Entwicklung und den Betrieb benutzerfreundlicher Sprachanwendungen drastisch. So können Unternehmen hochwertige, sogar personalisierte Services anbieten und zugleich die Kosten im Griff behalten", so Land weiter. Auch der Agenturwettbewerb "Best Voice Campaign" der Brancheninitiative Voice Business <http://www.voiceaward.de> will den Einsatz von Sprachtechnik im Marketing vorantreiben. "Er soll die Bekanntheit und Akzeptanz in Agenturkreisen steigern. Die Aktion in Berlin und Brandenburg ist daher eine sinnvolle Maßnahme, um die Bandbreite von automatisierten Sprachanwendungen aufzuzeigen", so Bernhard Steimel, Sprecher der Brancheninitiative."

PS: Alle Pressemeldungen und Kommentare der Initiative VOICE BUSINESS finden Sie in unserem **Pressebereich!**

Ihr Pressekontakt:

Bernhard Steimel

Initiative VOICE BUSINESS
C/o mind Business Consultants
Düsseldorfer Strasse 25a | 40545 Düsseldorf |
Germany
Mail bernhard.steimel@mind-consult.net | Web
www.mind-consult.net
Weitere Informationen unter www.voiceday.de