

## Projekt: IDENTIFIKATION VON WACHSTUMSPOTENTIALEN

### AUSGANGSSITUATION

Unser Kunde – ein österreichisches KMU – war mit einer kritischen Situation im Lead management konfrontiert: Obwohl die Vertriebsmitarbeiter grosse Mengen an Leads (Interessenten) generierten, war es Ihnen nicht möglich, diese in tatsächliche Kaufabschlüsse umzuwandeln und somit eine solide Kundenbasis aufzubauen. Die Geschäftsführung wusste, sie muss dieses Verhältnis „Lead zu Geschäftsabschluss“ erhöhen, da sonst mittel- bis langfristig die Existenz des Unternehmens auf dem Spiel stünde.

### → LÖSUNGSANSATZ

Das Unternehmen bat um Analyse des Opportunity Management Prozederes. Mit Hilfe des triple\*a – **A**nalysis, **A**genda and **A**ction – Ansatzes leitete apricot marketing consulting folgende Massnahmen ab:

- Analysis:** All Lead-generierenden Prozesse wie Telemarketing, Events/Messen, persönliche Kontakte, Direct Mailings, Website, etc. sowie das Produktportfolio wurden durchleuchtet und evaluiert.
- Agenda:** Auf Basis der Analyse-Ergebnisse wurden realisierbare Massnahmen wie Lead Tracking und Reporting sowie zur Optimierung der Kooperation mit den Telemarketing Partnern definiert. Gemeinsam mit der Produktentwicklungs- und Marketing-Abteilung wurden Produktverbesserungen diskutiert & implementiert.
- Action:** Um das Vertriebs-Geschäft nicht unnötig zu belasten, ging **apricot marketing consulting** bei der Umsetzung der Massnahmen in zwei Phasen vor:
- Phase 1 – Vorbereitung: Implementierung aller nötigen Prozesse und Tools um am Tag X „live“ zu gehen
  - Phase 2 - Durchführung: die tatsächliche Realisierung und der Launch der neuen Tools, Prozesse und Trainings

### →LEISTUNG & NUTZEN

Heute – basierend auf den **apricot marketing consulting** Aktivitäten – verfügt das Unternehmen über

- 🍑 Ein gut trainiertes und motiviertes Sales- und Pre-Sales Team
- 🍑 Transparente Prozesse und Kommunikation mit den Telemarketing-Partnern
- 🍑 Direkte Kommunikation zwischen Sales, Marketing und Produktentwicklung
- 🍑 Klare Lead-Defintion (cold, warm hot) und Pricing Politik
- 🍑 Leadgenerierung-unterstützende Unterlagen und Prozesses für Konferenzen und Messen
- 🍑 Sales Force Automation: Design eines Opportunity Management Tools welches die Erfassung und die Verwaltung jedes EINZELNEN Leads erlaubt (sowohl lange als auch kurze Sales Cycles)
- 🍑 "Academy": für alle Mitarbeiter mit direktem Kundenkontakt: regelmässige Produkt- & Lösungs-Trainings sowie Information über geplante Promotions und Kampagnen
- 🍑 Transparente Reporting Schleifen – von Sales/Marketing/Support Mitarbeitern zu Ihren Managern und wieder zurück!