

Fokus auf KMU

Gezielte Zusammenarbeit
zwischen Marketing und Vertrieb



Der weltweit tätige Dienstleister aus dem KEP-Segment plante für seine deutsche Organisation überproportionales Wachstum mit kleinen und mittelgroßen Kunden, da diese im Vergleich zu Large Accounts und Global Key Accounts wesentlich margenträchtiger sind und darüber hinaus ein großes unbearbeitetes Feld vorgefunden wurde.

Aufgabe

Die Kernfragen lauteten: Wie kann systematisches Print- und Online-Direktmarketing den Weg für eine gezielte, einfache und erfolgversprechende Ansprache durch den Vertrieb ebnen? Welche Kunden passen zu uns, wo genau finden wir diese und wie müssen sie angesprochen werden? Wie halten wir nach, wer im Kundenansprache und -akquiseprozess welche Aufgabe wahrgenommen hat, woran messen wir Erfolg?

Leistung und Erfolg

Die vom Dienstleister angebotenen verschiedenen Produkte und Zeitooptionen, seine Tradelines, Verpackungs- und Dokumentationsangebote und seine Preisgestaltung wurden im Hinblick auf die möglichen Märkte und Nischen analysiert.

Im nächsten Schritt wurden hierarchie-angepasste Ansprachekonzepte für die jeweiligen Zielbranchen und Unternehmensgrößen verabschiedet. Zwischen den Fachabteilungen und Verantwortlichen wurden Service Level (SL) und Standard Operating Procedures (SOP) vereinbart, die klar machten, wer im Prozess was tut und wie verantwortlich ist.

Der Vertrieb wurde in den Kommunikationsmix des Marketing involviert und konnte kreative Elemente mit beurteilen bzw. wurde rechtzeitig in weltweite Kampagnen involviert.

KUNDE

Weltweit tätiger Dienstleister aus dem KEP-Segment

Unser Beitrag

- Zielanalyse und Zuordnung
- Analyse von Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken für alle Aufgaben und Funktionen aus Marketing und KMU-Vertrieb
- Aufgabenzuordnung bzw. -neuzuordnung
- Ablaufanalysen und Prozessbeschreibungen (z.B. von der Adresse zum Lead, vom Angebot zur ersten Sendung)
- Festlegung der Key Performance Indikatoren zur Erfolgsmessung
- Auflegen eines durchgängigen Incentiveprogramms („Wir Erfolg“)
- Programmierung der KPI Reports und Festlegung der Review-Kultur
- Schnittstellen mit SOP und SL versehen und Kommunikationsrichtlinien aufgestellt