

Connecting Businesses

Prozessoptimierung & Lieferkettenintegration mit EDI-Software und VAN-Netzwerk

Der Auftraggeber

Als internationaler Anbieter von EDI- und eBusiness-Lösungen bietet die Data Interchange GmbH Software und Dienste für Lieferkettenverwaltung, Auftragsverarbeitung, Geschäfts-Integration, Datensynchronisation und elektronischen Zahlungsverkehr an. Data Interchange bietet EDI- und eBusiness-Lösungen für alle Branchen, darunter Automobilindustrie, Einzelhandel, Regierung, Finanzbranche und den Chemiesektor an. Die internationalen Interessen von Data Interchange werden durch über dreißig Vertriebspartner in Europa, Südafrika, Nord-, Mittel- und Südamerika und in Fernost vertreten.

Data Interchange GmbH

**Bold, confident, interesting,
pioneering, distinctive.**



Die Herausforderung

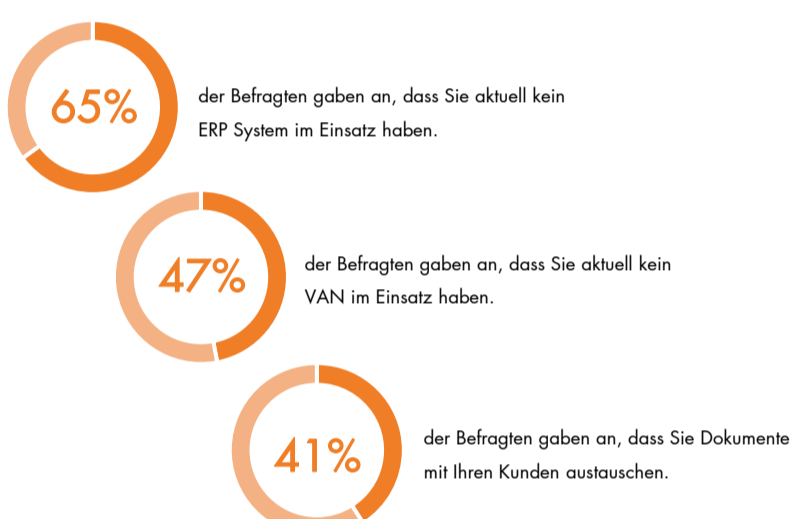
Die zentrale Herausforderung innerhalb des Projektes lag in der proaktiven Ansprache von Neukunden über den Zeitraum eines Jahres und in einem Projektfeld, in dem der Auftraggeber neue Lösungen am bestehenden Markt integrieren wollte. Herausfordernd war sowohl das sehr vielfältige Produktportfolio, als auch die neuen innovativen eBusiness Solutions. Mit neuen eBusiness-Lösungen für unterschiedliche Anwendungsfälle will der Auftraggeber seinen Marktanteil in den deutschsprachigen Ländern ausbauen. Eine zusätzliche Herausforderung war es den ambitionierten Zielsetzungen der Data Interchange GmbH gerecht zu werden.

Als Ursachen wurden identifiziert:

- Geringe Kenntnis über affine Zielgruppen für die eBusiness Solutions
- Mangelnder Bekanntheitsgrad des Unternehmens im Bereich eBusiness Solutions
- Fehlende vertriebliche Ressourcen des Auftraggebers im Wirtschaftsraum Deutschland, Österreich und Schweiz
- Eine zu geringe bestehende Wandlungsquote im Bereich eBusiness Solutions aufgrund nicht bestehender Potentialeermittlungen und Insights
- Stagnierende Durchdringung des deutschen und österreichischen Marktes

Die Lösung

Gemeinsam mit dem Kunden wurde innerhalb eines Briefings eine Strategie für die vertriebliche Produktintegration ausgearbeitet und definiert. Zur Ervierung affiner Zielgruppen und bestehender Ertragspotentiale wurde in die Telemarketing Kampagne eine Potential- und Analysebefragung integriert. In diesen telefonischen Gesprächen wurden Insights gesammelt, welche just in time in die bestehende Telefonie und die zugehörige Selektion von Adresspotentialen transferiert wurde.



„Diese Daten sprechen für ein großes Marktpotential.“

Für den Auftraggeber Data Interchange GmbH führte die MarketDialog GmbH im Rahmen des Projektes folgende operativen vertrieblichen Maßnahmen nach BANT-Kriterien (Budget | Authority | Need | Time) durch:



Verifizierung und Profilierung der relevanten Ansprechpartner



Vorstellung des Leistungsportfolios des Auftraggebers, insbesondere der eBusiness Solutions



Identifizierung des IST-Zustandes von Investitionszeiträumen, Investitionsvolumen und bestehende Software-Lösungen



Erhebung der Potential- und Analysedaten



Entwicklung von Potentialen bis hin zur Definition eines A-Leads



Priorisierung des zukünftigen Investitionsbedarfs



Leadgenerierung im Neukundensegment



Kontinuierliche und systematische Ansprache der Entscheider über einen Zeitraum von einem Jahr

Das Projekt „Service Contract 2018“ begann etwas verspätet Ende Januar 2018. Nach guten Ergebnissen in den ersten beiden Monaten und einer hohen Anzahl an Wiedervorlagen stiegen die A-Leads in den weiteren Monaten stetig an. Die prognostizierte Anzahl an Leads wurde bereits Mitte Juni 2018 erreicht. Kleinere Nachschulungen von Mitarbeitern und eine hohe Nettokontaktquote waren nur einige der Faktoren, welche zum Erfolg des Projektes beigetragen haben.

data interchange

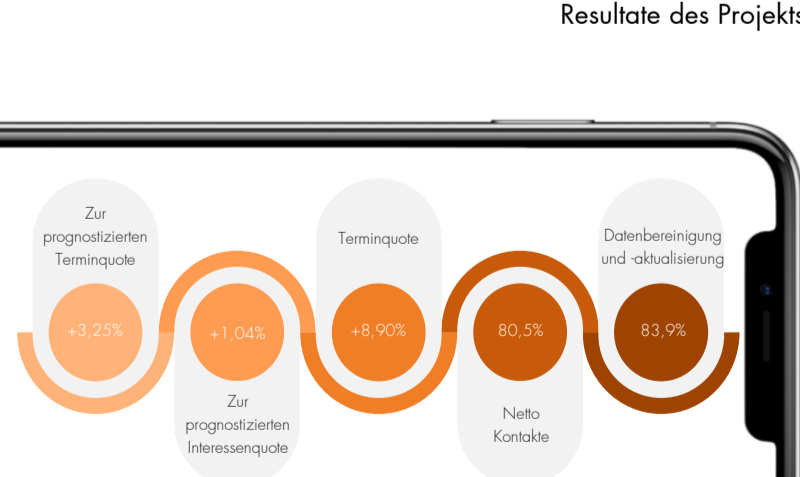
„MarketDialog arbeitet nicht nur sehr effektiv und mit einer hohen Erfolgsquote, sondern zeigt sich auch äußerst flexibel in der Ausgestaltung des Lead Management-Prozesses, sodass die Konsistenz und Aktualität der Daten in unserem System sowie auch der nahtlose Workflow für unseren Vertrieb stets gewährleistet ist.“

Stefan Köhler, Head of Sales der Data Interchange GmbH

Das Ergebnis

Durch Umsetzung der definierten Strategie und der direkten Ansprache von Entscheidern gelang der MarketDialog eine signifikante Leadsteigerung bei Neukunden im Bereich eBusiness Solutions. Zudem wurden essentielle Erkenntnisse durch die Potential- und Analysebefragung gesammelt, welche zukünftig eine adäquate Neukundenansprache versprechen.

Resultate des Projekts im Überblick



- 01 Hohe qualitative und quantitative Erfolgsquote im Projekt durch Lead Nurturing
- 02 Aufbau einer Vertriebspipeline nach Investitions- und Beschaffungszeiträumen im Neukundensegment
- 03 Sehr hohe Akzeptanz innerhalb der Potential- und Analysebefragung
- 04 Positive Imagewirkung für Data Interchange GmbH durch proaktive Ansprache von Neukunden durch ein kompetentes Projekt-Team



Erfolgreicher Vertrieb basiert nicht auf Zufällen.

„Dank unseres IT-Teams, welches über eine sehr hohe und breit aufgestellte IT-Affinität verfügt, ist es uns möglich, Lösungen für unsere Kunden in den verschiedensten IT-Bereichen auszuarbeiten und anzubieten. Begriffe wie PIM, SaaS oder RPA sind für uns alltäglich und kein Fachchinesisch. Somit profitieren jegliche Kunden aus den verschiedensten IT-Bereichen von unserer sehr hohen Vertriebskompetenz!“

David Schöner, Senior Project Manager bei MarketDialog GmbH

Engagieren Sie einen Sales Profi.

Erweitern Sie Ihr Vertriebsteam.

Weitere Case Studies

Sprechen Sie mit uns.