

# Neue Welten entdecken.

Die neue **Daily Blue Power** Modellreihe von **IVECO**

## Der Auftraggeber

Mit über 150 Jahren Erfahrung in der Entwicklung und Produktion leichter, mittelschwerer und schwerer LKWs, Linien-, Überland- und Reisebussen, Feuerwehr- und Militärfahrzeugen und Off-Road-Fahrzeugen steht der kein zweiter Anbieter für Mobilität innerhalb der Logistik und dem Spezialfahrzeugbau.

Der Auftraggeber entwickelt Lösungen innerhalb der Mobilität, die sowohl den Menschen als auch der Umwelt zugutekommen.

Sicher | Effizient | Nachhaltig | Innovativ

### Herausforderung

Das Unternehmen IVECO verfügt im Wirtschaftsraum Europa und über die Grenzen hinweg über eine hohe Reputation. Aufgrund des wirtschaftlichen Einbruchs der südeuropäischen Länder, in denen IVECO sehr gut aufgestellt ist, hat der Auftraggeber in den letzten Jahren rückläufige Absatzzahlen geschrieben. Der deutsche Markt ist ein stabiler und wettbewerbsintensiver Markt mit Potential. Ziel des Projektes war die Durchdringung des klein und mittelständischen Gewerbes in

**Südwestdeutschland**. Das Produkt-Portfolio von IVECO ist hervorragend auf die aktuellen Gegebenheiten aus Wirtschaft und Umwelt abgestimmt. Die zentrale Herausforderung lag darin, die Marke IVECO und deren Produkte in einem wettbewerbs- und preisintensiven Umfeld zu platzieren.



Welche **Herausforderungen** bestanden für das Projekt?

- Gesättigter und sehr transparenter Markt mit starken Konkurrenzangeboten und hohem Preisdruck
- Kommunikativ herausfordernde Adressierung der Zielgruppe aufgrund der Heterogenität im Gewerbe
- Charakteristisch für die Ansprache von Kleingewerbetreibenden und mittelständischen Unternehmen ist die Situation des „Elevator-Pitch“

### Vorgehensweise

Dem operativen Projekt ging ein gemeinsamer Workshop mit dem Kunden voraus. Aufbauend auf den Erkenntnissen wurde in Abstimmung mit dem IVECO Headquarter und den bereits geplanten Marketing- & Vertriebskampagnen eine kurzfristige und eine mittelfristige Kommunikations- und Vertriebsstrategie ausgearbeitet und definiert.

01. Definition der Zielgruppe bestehend aus 50% Bestandskunden und 50% potentieller Neukunden
  02. Ausarbeitung zielgruppen- und modellspezifischer Offerings
  03. A/B Testing der Offerings an einem repräsentativen Querschnitt des Adresspools
  04. Zusätzliche Erstellung weiterführender Informationen in Form modellspezifischer Fact Sheets
  05. Produktschulung der Projektteilnehmer in der neuen Daily Blue Power – Technologie
  06. Entwicklung einer 2-Wege-Kommunikationsstrategie für Bestands- und Neukunden aufgrund der vorhanden und zu erwerbenden Informationen
- Gesprächsleitfaden | Offering | Potentialfragen | Marktingerlaubnis | E-Mail Versand*
07. Generierung des OptIns zur Nutzung weiterer Marketingmaßnahmen
  08. Stufenweiser Lead Nurturing Prozess
  09. Übernahme E-Mailversand
  10. Leadgenerierung

„MarketDialog führte für uns eine mehrwöchige Telefonieaktion durch, die zum einen dazu diente Bestandskunden zu reaktivieren und zum anderen um Neukunden zu akquirieren. Hierbei erhielten wir nicht nur sehr gut qualifizierte Leads durch ein freundlich und professionell agierendes Telefenteam. Uns überzeugte auch der gesamte Lead-Management-Prozess mit einem optimalen Informationsgehalt und einfachen Ablauf.“

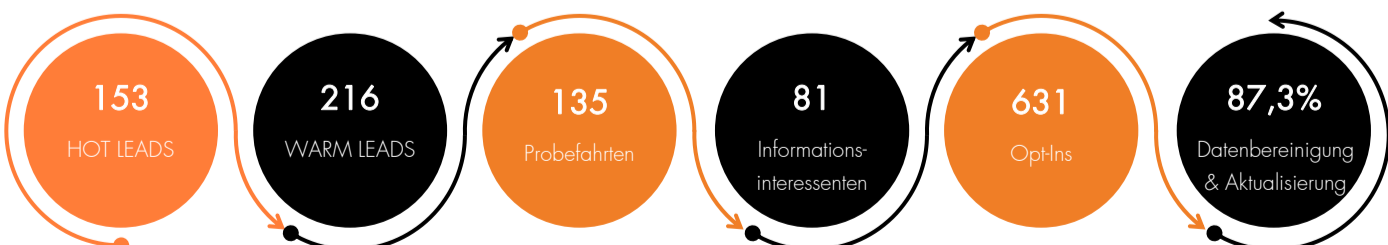
Yves Nax, Verkaufsleiter Light & Medium

# IVECO

## Resultate des Projektes

Durch die Umsetzung der definierten Strategie und der direkten Ansprache von Entscheidern im kleinen und mittelständischen Gewerbe gelang es der MarketDialog GmbH mit diesem Projekt für den Auftraggeber eine nach BANT-Kriterien (Budget | Authority | Need | Time) erstellte nachhaltige kurz- und mittelfristige Vertriebspipeline zu realisieren.

- Hohe qualitative und quantitative Erfolgsquote im Projekt
- Die prognostizierte und vereinbarte Terminquote wurde um 4,21% übertroffen
- Eine Datenbereinigung und -aktualisierung fand bei 87,3% der kontaktierten Unternehmen statt
- Unternehmen und Entscheider wurden bezüglich des aktuellen Produktportfolios und diverser Finanzierungsmöglichkeiten von IVECO intensiv informiert, wodurch die prognostizierte Interessentenquote um 2,17% übertroffen wurde
- Analyse der Ergebnisse aus der operativen Umsetzung stellten neue Ertragspotentiale für den Auftraggeber transparent dar



Engagieren Sie nicht einfach eine Agentur.

**Erweitern** Sie Ihr Vertriebsteam.

Weitere Case Studies

Sprechen Sie mit uns.