

# Unser Vorgehen für ein erfolgreiches Telemarketing-Projekt

Aus mehr als 19 Jahren Erfahrung hat sich folgender Projekt-Ablauf etabliert:

## VORBEREITUNGSPHASE

**1. Briefing:** Das verkaufsrelevante Wissen über Ihre Produkte und Dienstleistungen eignen wir uns an. Dabei stellen wir gezielt Fragen, die auf die Herausstellung des Kundennutzens und die Alleinstellungsmerkmale abzielen. Diese arbeiten wir bei Bedarf auch gemeinsam mit Ihnen aus. Außerdem beschäftigen wir uns mit Ihrer Kundenstruktur und finden so heraus, was Ihre Bestandskunden an Ihrem Produkt schätzen.

**2. Planung:** Auf Basis der Briefing-Informationen erarbeiten wir eine Projektplanung, die das Vorgehen im Telemarketing-Projekt beschreibt. Ziele, Zielgruppen, Strategien, Maßnahmen und Timing werden hier beschrieben.

**3. Adressdatenrecherche:** Durch automatisierte Recherchen über unseren Web-Crawler werden Informationen verschiedener Onlinequellen, Adressbroker und Wirtschaftsauskunfteien eingeholt und ausgewertet. Die Kombination dieser Daten erlaubt eine Prognose des Bedarfs des jeweiligen Zielunternehmens an Ihren Produkten und Leistungen. Es entsteht eine hochwertige Datenbank mit Ihren potenziellen Neukunden. Die recherchierten Adressen erhalten Sie vor dem Projektstart zur Prüfung. Nach der Freigabe der Daten und Informationen werden diese in unsere Telefonie Software importiert. Die operative Umsetzung des Projektes kann starten!



## DURCHFÜHRUNGSPHASE

**4. Identifizierung der Entscheider:** Telefonisch und digital, über Web-Crawler und Social Media Profiling, spüren wir verantwortliche Entscheider innerhalb der Unternehmen auf. Wir verifizieren, ob der Entscheider fachlich für Ihr Produkt zuständig ist und über Budgetverantwortung verfügt. Gleichzeitig erheben wir erste Informationen über mögliche Bedarfe, um den Ansprechpartner im nächsten Schritt ausschließlich mit relevanten Informationen versorgen zu können. Außerdem werden die vollständigen Kontaktdaten (insbesondere E-Mail Adresse und Telefondurchwahl) ermittelt.

**5. Einholen des Opt-In:** Damit Sie zukünftig mit Ihren Kunden über die digitalen Kanäle kommunizieren können, erheben wir für Sie (EU-DSGVO konform) die Marketing Erlaubnis. Dadurch sind Sie in der vorteilhaften Lage Ihre Kunden auf ihrer Customer Journey mit flankierenden Kampagnen (telefonisch oder digital) zu begleiten.

**6. Informationsübermittlung:** Im nächsten Schritt erhalten interessierte, verantwortliche Entscheider eine E-Mail mit detaillierten Informationen über Ihr Produkt.



## NACHBEREITUNGSPHASE

**7. Nachakquise:** Nach einigen Tagen rufen wir nochmals an. Wir stellen fest, ob die übersandten Informationen verstanden wurden, klären offene Fragen und vereinbaren die nächsten Schritte.

**8. Lead Nurturing:** Der Lead wird weiterqualifiziert. Informationen über zukünftige Bedarfe, Interessen und weitere Entscheider und Beeinflusser im Unternehmen werden ermittelt und in unserer Telefonie Software erfasst. Dadurch können wir den Lead in Zukunft noch bedarfsgerechter ansprechen. Am Ende dieses Prozesses ist der Lead „sales ready“.



## ABSCHLUSSPHASE

**9. Profilbildung und Übermittlung:** Auf Grundlage der uns bis dato vorliegenden Informationen erstellen wir ein detailliertes Profil des potenziellen Kunden. Bedarfe und Einsatzzwecke für Ihre Produkte sowie weiche Faktoren, wie das Kommunikationsverhalten und die persönlichen Eigenschaften des Ansprechpartners, werden darin dokumentiert. Wir vereinbaren ein persönliches Verkaufsgespräch für Sie, damit Sie die weiteren Schritte besprechen können.

