marketing resultant

Quick-Scan
Leadmanagement

Aktuelle Probleme im Interessenten/Lead Management

1. Die Vertriebskosten pro Neukunde sind zu hoch
2. Die Effizienz (Abschlussquoten, Durchlaufzeiten) im Vertriebsprozess ist gering
3. Bestandskunden werden nur unsystematisch betreut; es gibt keine standardisierten Prozesse für die Wiederanschaffung; Das Wiederkaufs-Potential wird kaum genutzt
4. Die eingesetzten Systeme (Hersteller, Handel) sind nicht praktikabel, durchgängig und leisten kaum Unterstützung für den Vertriebsprozess
5. Der Handel ist mit einer systematischen, qualifizierten Bedarfsermittlung überfordert
6. Die Qualität der Interessenten wird nicht hinterfragt; es gibt kaum standardisierte Verfahren für Adress-Validierung, -anreicherung; Ermittlung der Kaufwahrscheinlichkeit

Mögliche Ursachen für in-effizientes Lead Management.

Kein Prozess vorhanden für „unreife“ Leads = bis zu 20%

Schlechte Rollen und Prozess-Definition = bis zu 10%

Keine Verknüpfung von Marketing und Vertriebs-Systemen = bis zu 15%

Schlechte Akzeptanz der Leads und mangelhaftes Nachfassen = bis zu 20%

Marketing Effektivität nicht sichtbar = bis zu 10%

Keine Kontrolle der Lead Verteilung = bis zu 8%

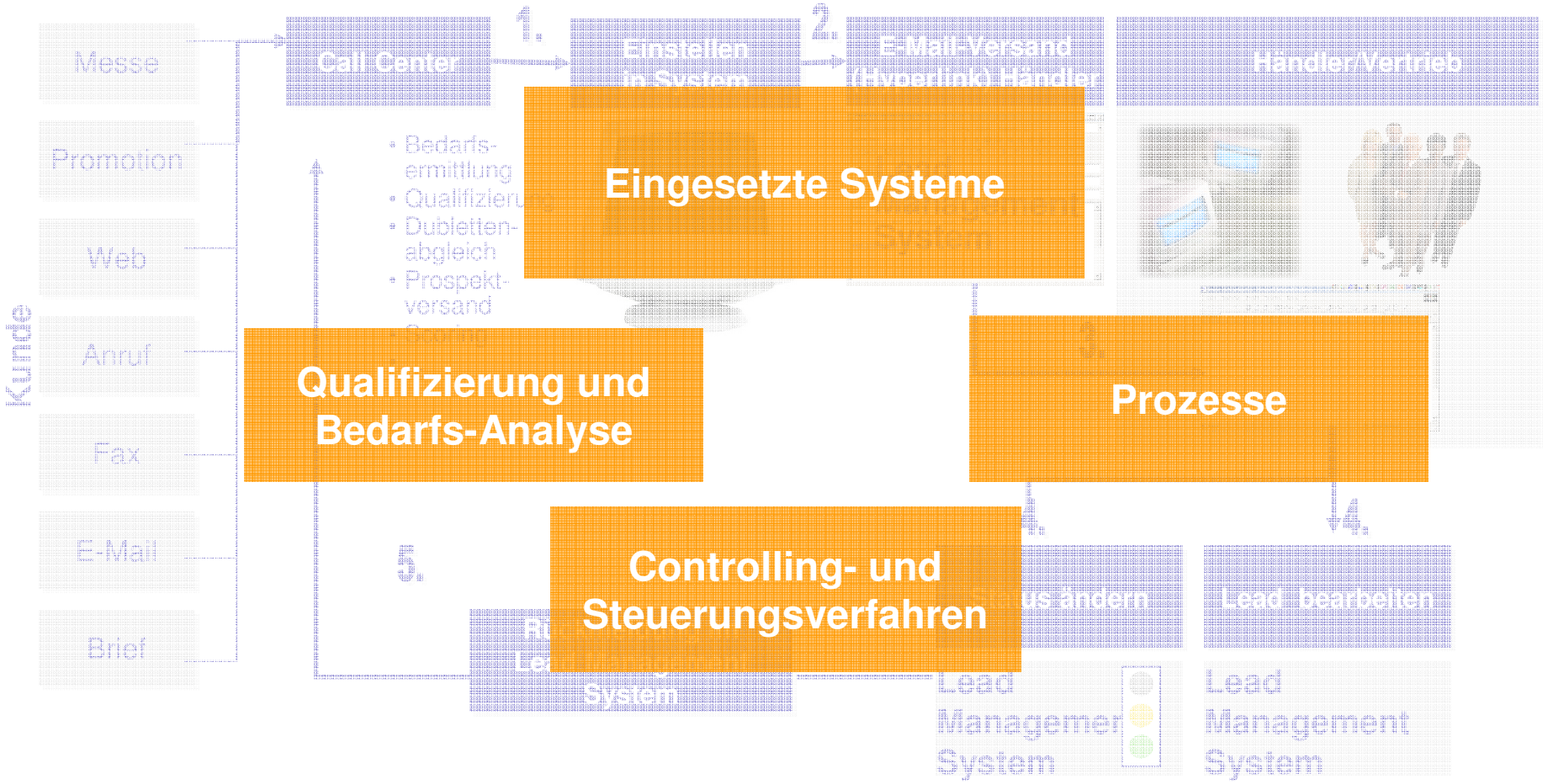
falsche Gebiets-zuordnung = bis zu 5%

Web, E-Mail, Fax, Telefon, Spread Sheet1, andere Dokumente = bis zu 10%

schlechte Qualifikation = bis zu 20%

∅ Lead Verlust Rate = 40 – 80%

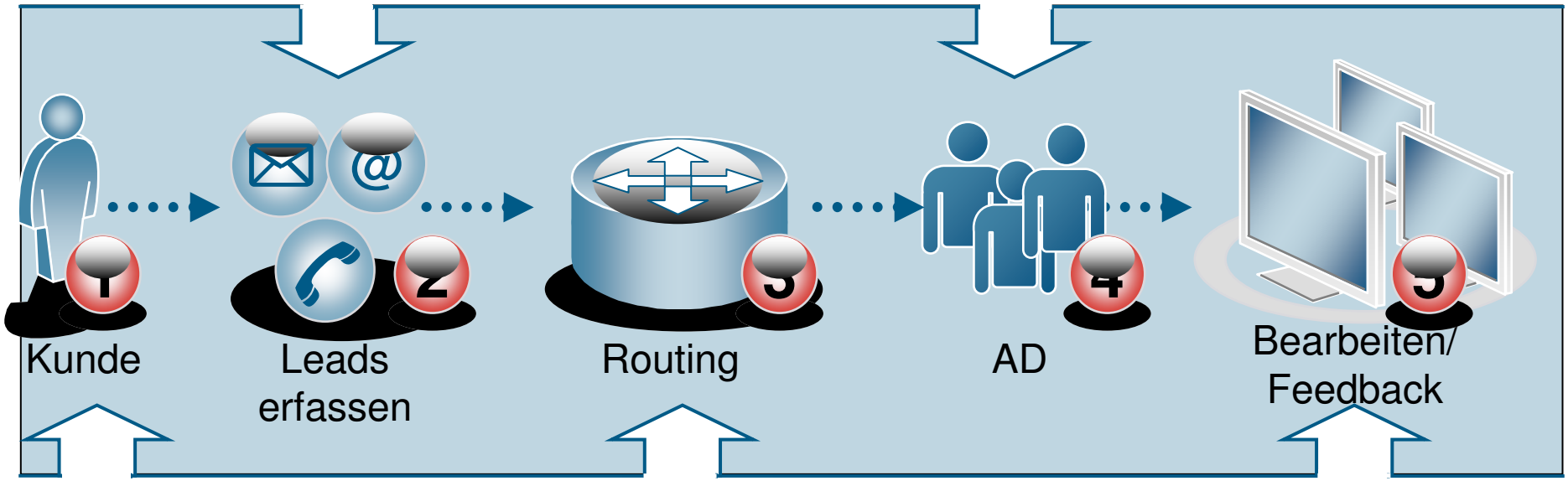
Quick-Scan verschafft Ihnen den Überblick über die wesentlichen Stellhebel für Ihr Interessenten-Management.



Erfolgsfaktoren Lead Management

1. Konsequente Erfassung aller Leads
2. Bedarfsermittlung und Qualifizierung

1. Implementierung eines Lead Prozess-Controllings
2. Coaching und Training

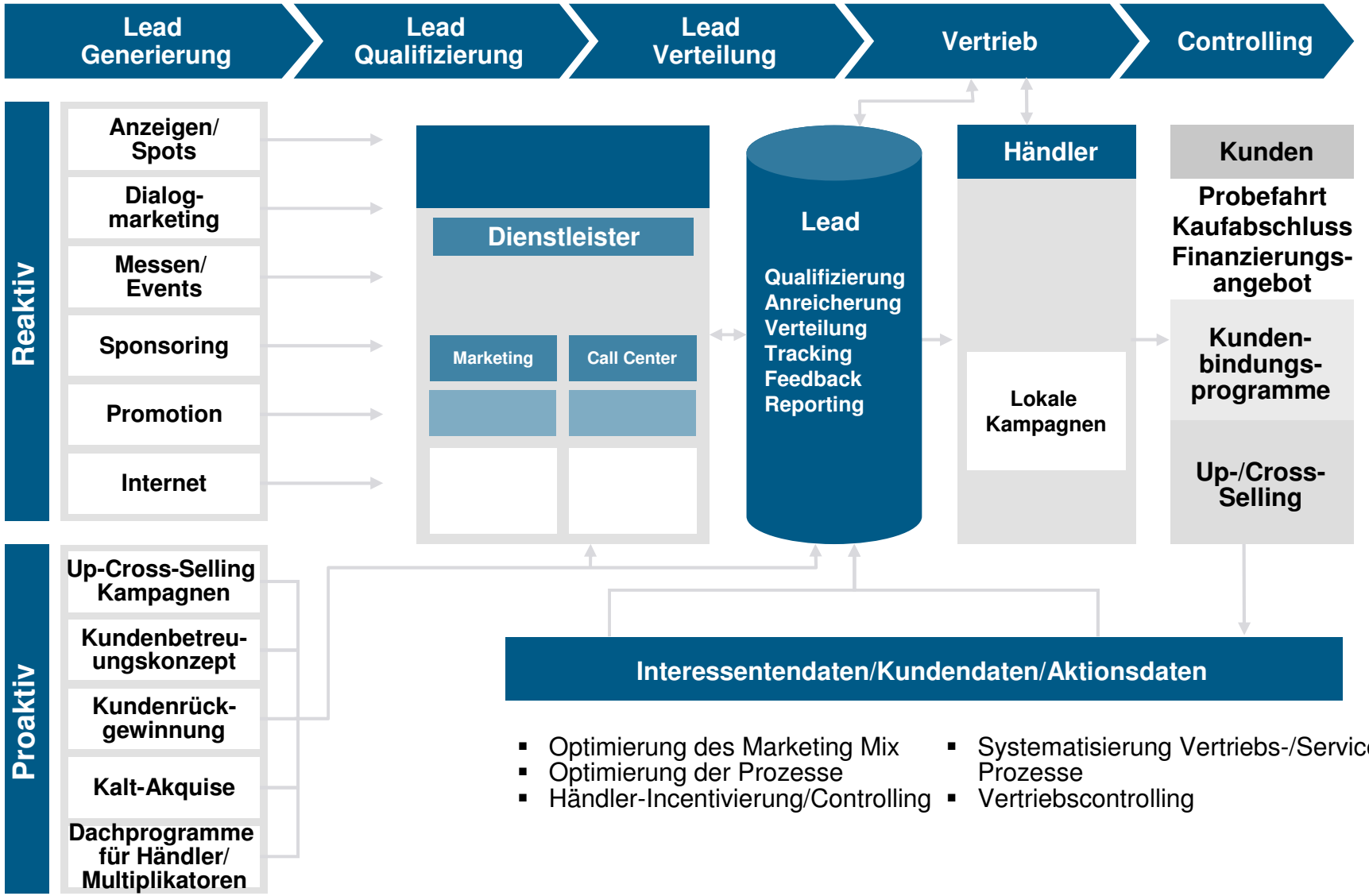


Standard Tool für alle Leadquellen und Kanäle implementieren

Weitestgehende Automatisierung des Routing Prozesses nach definierten Regeln

1. Festlegen und Implementieren von Regeln für Feedback
2. Zeitnahes Auswerten und Rückmeldung an Vertrieb

Lead Management in der Automobilbranche: Konzeptioneller Ansatz



- Optimierung des Marketing Mix
- Optimierung der Prozesse
- Händler-Incentivierung/Controlling
- Systematisierung Vertriebs-/Service-Prozesse
- Vertriebscontrolling

ASP Lösung für Lead Management

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Links Google IDG interner Bereich

Home
Kunden
Leads
Adressen
Termine
Export
Drucken
Ansicht
Reports
Neuerfassung
Lead zuweisen
Einstellungen
Hilfe
Logout

Alle Felder | enthält | | auf | Alle Felder | enthält | | auf | Alle Felder | enthält | | auf

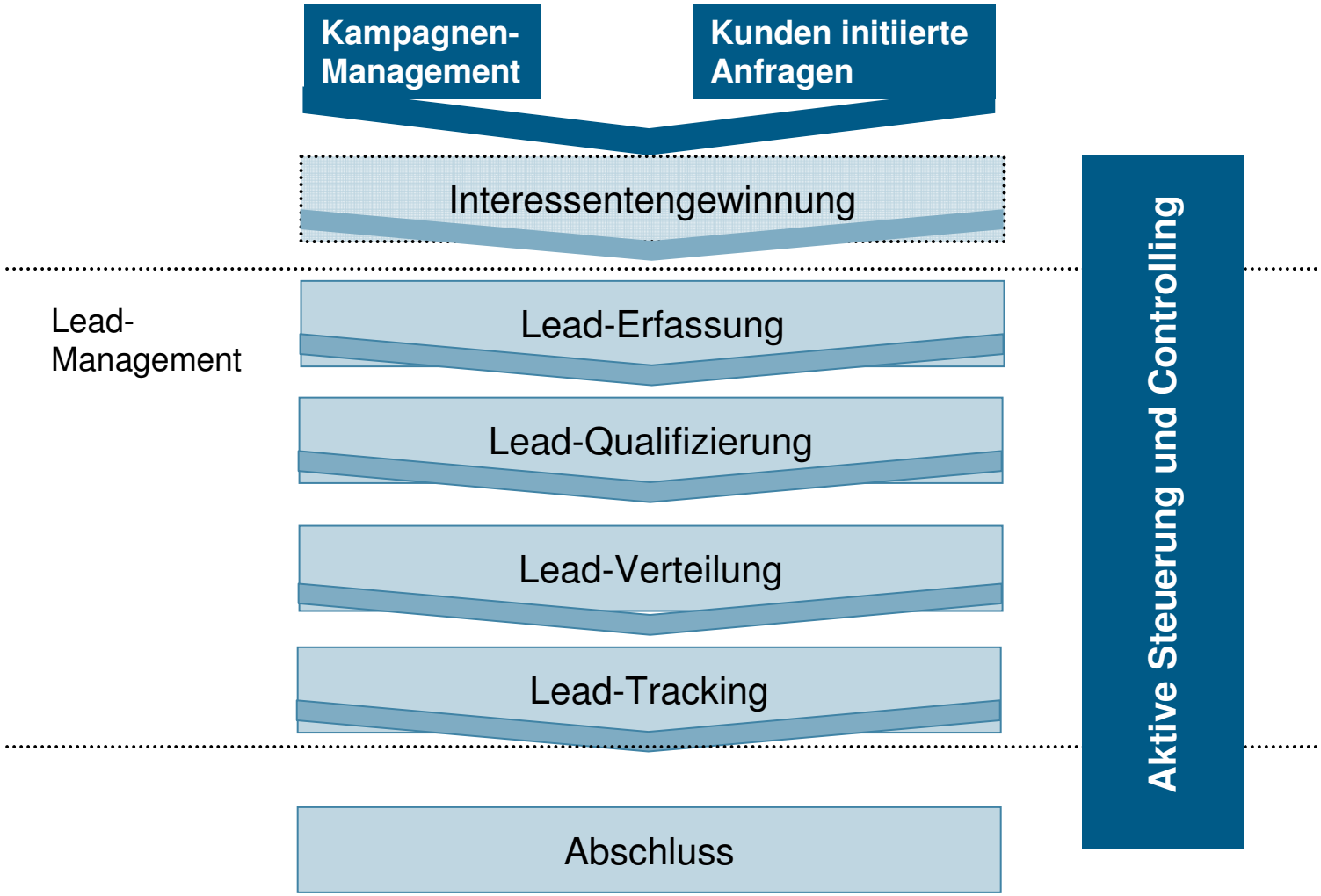
Suchen

AW	Di.	VB	Name	PLZ	Ort	Telefon	Alter	WV	Quelle	Status	Prio	Ziel	A
	1	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61	02.07.06	Call Aktion	Bearb.	10	Verkauf	
	1	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61	02.07.06	Call Aktion	Bearb.	10	Verkauf	
	1	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61	02.07.06	Call Aktion	Bearb.	10	Verkauf	
	3	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61	02.07.06	Call Aktion	Bearb.	10	Verkauf	
	1	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			
	1	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61	02.07.06	Call Aktion	Bearb.	10	Verkauf	
	1	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			
	3	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61	02.07.06	Call Aktion	Bearb.	10	Verkauf	
	1	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			
	4	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			
	1	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61	02.07.06	Call Aktion	Bearb.	10	Verkauf	
	3	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			
	1	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			
	3	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61	02.07.06	Call Aktion	Bearb.	10	Verkauf	
	1	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61	02.07.06	Call Aktion	Bearb.	10	Verkauf	
	2	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			
	4	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			
	2	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61	02.07.06	Call Aktion	Bearb.	10	Verkauf	
	4	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61	02.07.06	Call Aktion	Bearb.	10	Verkauf	
	1	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61	02.07.06	Call Aktion	Bearb.	10	Verkauf	
	3	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			
	4	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			
	2	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			
	1	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			
	2	Mustermann Max	Klaus Mustermann	12345	Musterstadt	555-123456	61		Call Aktion	Neu			

Vorgehen Quick-Scan:

1. Verstehen Ihres Geschäfts- Modells, der Markt- Prozess- und IT Anforderungen
2. Kurz-Analyse der Interessenten/Lead Management Prozesse (strukturierte Interviews, Unterlagen)
3. Kurz-Analyse der eingesetzten Systeme, Controlling- und Steuerungs-Verfahren.
   Analyse der vorhandenen skills zur Qualifizierung und Bedarfs-Analyse
4. Erstellen einer Handlungs-Empfehlung basierend auf den Ergebnissen der Quick-Scan Analyse

Prozessschritte des Lead-Managements



Die Vorteile eines systematischen und wirksamen Interessenten-Managements:

- Einheitliche Definitionen für Leads, Qualifizierung, Bearbeitung, Weiterleitung und Erfolgsmessung: Standards: **Prozesse werden steuerbar.**

- Transparenz und strategische Grundlage, um systematisch und mit **messbaren Ergebnissen** zu agieren.

- Controlling implementieren, das eine **Erfolgsmessung** für den **Prozess, Marketing Aktivitäten, Händlerbearbeitungen von Leads**, etc. ermöglicht.

- Einheitlicher, medienübergreifender, transparenter Prozess (Hersteller, Dienstleister, Händler): **Keine Leads gehen mehr verloren.**

- Einfaches, pragmatisches und erfolgswirksames Lead Management beim Händler oder Verkäufer vor Ort: **Höhere Umsätze realisieren.**

- Sicherstellen von übergeordneten CRM-Zielen (Erhöhung von **Wiederkaufsrate, Loyalität und Profitabilität der Kunden**).

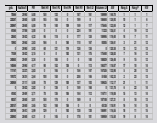
- Einrichten eines Feedbacksystems zwischen Hersteller und Händlern/Vertrieb zur **kontinuierlichen Verbesserung** des Lead Managements und der Marketing Kampagnen.

Die MarketingResultant Kompetenz liegt in ergebnisorientierten Vertriebs- und Marketing Prozessen.

Kompetenz MarketingResultant

- Fachliche Konzeption von Kundengewinnung und Betreuung
- Implementierung von effektiven Marketing und Vertriebssteuerungssystemen
- Umsetzen von Kampagnen-Management-Konzepten
- Aufbau und Vertrieb von (Outsourcing) Callcenter-Lösungen im Vertrieb

Von der Analyse zum Vertragsabschluß



Analysen Kunden-Scoring

Mailing

Beratung/ Vertrieb

Vertrags-abschluss

Ergebnisse

Erfahrung

- >10-jährige Erfahrung bei Projekten in div. Branchen
- nachweisbare erfolgreiche Projektumsetzung
- erstklassige Referenzen
- pragmatische Lösungen

+

Maßgeschneiderte Konzepte

=

Messbare Erfolge

Kontakt

Harald Henn

MarketingResultant
Sunsweiler Strasse 24
55299 Nackenheim

Büro:
Karmeliterplatz 4
55116 Mainz

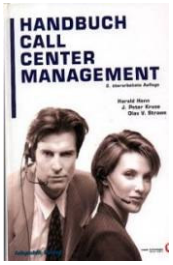
Telefon: 0049 (0) 6131 463421
Mobil: 0049 (0) 176 23 24 08 23
email: henn@marketing-resultant.de
www.marketing-resultant.de

Harald Henn (*Jahrgang 1956)*

- ***Berufserfahrung:***

- ***Vertrieb/Marketing*** ***Dell Computer Deutschland***
- ***Geschäftsführung*** ***Prisma Unternehmensberatung***

- ***Schwerpunkte der Arbeit liegen im Bereich der Umsetzung und Implementierung***
- ***von Kundengewinnungs- und Kundenbindungs-Projekten:***

- ***Einführung von PC Direktvertrieb***
- ***Aufbau und Implementierung von Callcentern***
- ***Reorganisation und Optimierung von Callcentern***
- ***Entwicklung und Umsetzung von CRM-Strategien***

- ***Herausgeber und Autor des Handbuchs Callcenter Management***
- ***Co-Autor des CRM-Buches „CRM verstehen, nutzen, anwenden***