

Diese Veranstaltung hat bereits stattgefunden.



BVIK WEBINAR

Das Lead ist da! Und jetzt? | Erfolgreiche Kunden-Reise durch die Vertriebskanäle

12.05.2020, 15:30 bis 17:00 Uhr

Gastgeber: Leadtributor GmbH

„Marketing is the New Sales“, so titelte unlängst ein Artikel in der Forbes. Vom Marketing erwartet man heute Zählbares. Aber was ist zählbar? Und welche Aufgabe kommt dem Marketing zu, wenn man seine Waren und Dienstleistungen über Distributionspartner vermarktet? Wie bindet man komplexere Vertriebsstrukturen effizient in das Leadmanagement ein?

Übergibt man Kundenanfragen an Vertriebspartner, so werden 70 % aller Leads nicht oder zu spät bearbeitet – das war das ernüchternde Ergebnis einer Studie der Gartner Group! Wie optimiert man also die Customer Journey durch die Vertriebskanäle? Wie baut man mit Distributionspartnern effiziente und leistungsstarke Kreisläufe?

Antworten auf diese Fragen erörterten in diesem voll besetzten virtuellen bvik-Workshop Gastgeber Philipp von der Brüggen (Geschäftsführer leadtributor) und Impulsgeber Uwe

Götze (Leiter Marketingkommunikation, Teckentrup GmbH & Co. KG) mit den Teilnehmern.

Gerne stellen wir für dieses Webinar im Nachgang auf Anfrage Teilnehmerzertifikate aus. Dazu genügt eine entsprechende Mitteilung per E-Mail die [bvik-Geschäftsstelle](#).

Inhalt

Das virtuelle bvik-Klassenzimmer wurde mit folgenden Themen gefüllt:

Impulsvortrag: Leadmanagement ist ein Unternehmensprozess!

- Warum „Lead Management“ weit mehr als Leadgenerierung ist?

Lead Management wird viel zu oft mit Leadgenerierung verwechselt. Wir sensibilisieren die Teilnehmer dafür, dass ein Leadprozess einen Anfang hat, aber kein Ende. Lead Management beschäftigt sich damit, wie potenzielle und aktuelle Kunden prozessgestützt betreut und entwickelt werden. Dabei müssen alle Unternehmensbereiche involviert werden.

- Touchpoint Vertriebspartner: Welche Rolle spielt der Vertriebspartner im Lead Management?

In unserem Workshop zeigen wir, dass Ihre Vertriebspartner einer der wichtigsten Touchpoints des Kaufprozesses sind. Was wissen wir über die Reise unserer Kunden im Vertriebskanal? Lead Management mit intelligenten Informationsfluss produziert zufriedene Kunden und Partner und hebt unentdeckte Umsatzpotenziale. Das Gesamtsystem lernt zum Nutzen aller? Die Teilnehmer erfahren warum man die Vertriebskanäle zu einem effizienten Ganzen verbinden sollte und welche Chancen sich daraus ergeben!

- Lead Management in einer komplexen Vertriebsorganisation. Herausforderungen und Chancen?

Gerade im Zusammenhang in komplexen Vertriebsorganisationen werden selten innovative neue Wege versucht. Dabei liegt genau hier das größte Differenzierungs- und Umsatzpotenzial. Die Teilnehmer lernen an welchen Stellschrauben Sie drehen können um den Kunden besser zu betreuen, den Vertriebspartner effizienter einzusetzen und dabei sogar mehr Umsatz zu generieren.

Präsentation einer Studie aus dem Winter 2019

- Wie organisiert der deutsche Mittelstand die Kundenreise durch die Vertriebskanäle?

Vorstellung eines Lead Management-Musterprozesses

- Das sind realistische KPI´s und Ziele zum Messen der Kundenbearbeitung
- Wie werden Kundenanfragen verteilt?
- Wie kann man die Bearbeitung aller Kundenanfragen überwachen?
- Wie müssen Eskalationen und Schwellenwerte aussehen?
- Wie sähen Motivationssysteme aus?
- Wie nutzt man die gewonnene Daten aus den Vertriebskanälen in CRM und Marketing Automation
- Welchen Vorteile haben die Vertriebspartner und warum machen Sie mit?
- Wie löst man die Herausforderungen zum Datenschutz im indirekten Vertrieb?

Ziele

- Welche Chancen und Möglichkeiten die Einbindung ihrer Vertriebspartner in das zentral gesteuerte Lead Management hat.
- Wie ein funktionierender Prozess aussieht, der Distributoren, Handelsvertreter, Agenten, Vertriebspartner, Installateure oder den Außendienst erfolgreich einbindet.
- Welche Datenschutz Themen Unternehmen beachten sollten, wenn sie Kundenanfragen mit Vertriebspartner teilen.

Zielgruppe

- Verantwortliche für das Marketing
- Verantwortliche für das Channel Marketing (Vertriebskanal Marketing)
- Vertriebsleiter oder Vertriebsverantwortliche
- Vertriebspartner-Betreuer (Partner Account Manager)
- Verantwortliche für das Vertriebscontrolling

Referenten



Uwe Götze

Leiter Marketingkommunikation, Teckentrup GmbH & Co. KG

Nach dem BWL-Studium begann Uwe Götze seine Karriere bei einem großen IT-Distributor. Dort war er für das Produktmarketing und den Einkauf verantwortlich! Danach ging es zum Hersteller. Fast 15 Jahre war der Druckerhersteller Kyocera Document Solutions seine berufliche Heimat. Er war dort Abteilungsleiter Marcom, Marketing Direktor und Abteilungsleiter für das Europäische Corporate Marketing. Seit 2017 hat er der IT den Rücken gekehrt und bringt seine große Erfahrung beim Türen- und Tore-Hersteller Teckentrup als Leiter des Marketing ein. Eines haben alle Positionen in seinem Lebenslauf gemeinsam: Uwe Götze arbeitet für und mit großen Vertriebspartnerorganisationen!



Philipp von der Brüggen

Geschäftsführer

Philipp von der Brüggen begann seine Karriere in einer Werbeagentur. Nach vierjähriger Station bei einem englischen Softwarehersteller machte er sich 1994 mit der Marketing-Agentur technology marketing people GmbH selbständig. In den folgenden 23 Jahren arbeitete er mit fast allen großen IT-Unternehmen. 2016 verkaufte er seine Agentur und kümmert sich seither um sein neues Baby: Den leadtributor!

Gastgeber

leadtributor GmbH

Die leadtributor GmbH wurde 2014 gegründet und hat ihren Sitz in München. Das Unternehmen entwickelt und vertreibt die gleichnamige Software-as-a-Service-Lösung leadtributor - DIE Software für das Leadmanagement mit Vertriebspartnern, Handelsvertretern und dem Außendienst. Leadtributor wurde speziell für Unternehmen mit komplexen Vertriebsstrukturen entwickelt. Leads werden qualifiziert, verteilt und überwacht. Alle Ergebnisse fließen zurück in die internen Systeme. Das Ergebnis: Absolute Transparenz. Bessere Umsatzprognosen. Saubere Datenhaltung. Und geringere Prozesskosten. Die leadtributor GmbH gehört zum zweiten Mal in Folge zu den „BEST of“ in der Spitzengruppe des Innovationspreis-IT. Das Münchner Unternehmen zählt zu seinen Kunden namhafte Hersteller wie Adobe, Villeroy & Boch, Haufe-Lexware und Reiner SCT.

Mehr zum Gastgeber des Workshops finden Sie [hier](#).

Profil

Erforderliche Vorkenntnisse zum Thema Vertriebskanäle

Grad an Interaktivität

Praxisbezug

- **bvik Blog-Beitrag "LEDVANCE - Von der drohenden Bedeutungslosigkeit zur Zukunfts-Brand"**

KONTAKTDATEN

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik)

Geschäftsstelle

Am Alten Gaswerk 20

86156 Augsburg

Tel: [0821 999 764-80](tel:082199976480)

E-Mail: geschaeftsstelle@bvik.org

Präsentationen

[Präsentation Das Lead ist da](#)



Präsentation Rechtskonform Leads an Vertriebspartner weitergeben



Präsentation Mehr Umsatz mit Vertriebspartnern

