



INTEGRIERTE VERMARKTUNG VON A BIS Z: SO SETZT EIN SOFTWARE- UND PROZESS- UNTERNEHMEN IHRE VERMARKTUNGS- STRATEGIE NEU AUF

Insbesondere in Krisenzeiten wie der Coronapandemie, werden übliche Vorgehensweisen völlig auf den Kopf gestellt. Dabei beschleunigt gerade diese Krise die eh schon schnelle digitale Transformation von Unternehmen und Gesellschaft. Das deutsche Tech-Unternehmen begreift das als Chance, um ganz vorn mit dabei sein. Eines ihrer Steckenpferde: Software und Prozessberatung für SAP-Nutzer und die Einführung von PLM-Lösungen für den Mittelstand. Mit Letzterem arbeiten sie seit 30 Jahren und wollen nun raus aus der CATIA-Schublade und mit anderen Angeboten am Markt sichtbar werden. Wie? Indem sie unter anderem auf integrierte Vermarktungsprozesse für Ihre Lead-Generierung setzen. Für diese Herausforderung haben Sie sich FLYMINT mit ins Boot geholt. Was dabei rauskam, lesen Sie selbst ...



RAUS AUS DEN ALTEN GEFILDEN

Das Software- und Prozessberatungshaus möchte sich aus einer alten Schublade befreien und sich mit dem neuen PLM-Schwerpunkt in den Köpfen ihrer Kunden und Interessenten festsetzen. Die eigentlichen Herausforderungen hierbei sahen sie in der Ansprache der richtigen Kontakte auf Entscheidungsebene. Wie sollte man die Aufmerksamkeit der begehrten C-Level-Kontakte gewinnen. Außerdem war ihnen klar, dass Einmalaktionen für ihre Vision langfristig nicht zielführend sein können. Nicht nur neue Targets und Kontakte im C-Level sollten erschlossen werden, sondern auch ihre Anerkennung auf dem Markt als SAP-Player im Bereich PLM-Systeme. Eines der Top-Themen: Positionierung. Vertikal über die Komponenten hinweg, aber auch horizontal als Begleiter für digitale Transformation.

Offen für eine langfristige Strategie durch integrierte Vermarktungsprozesse starteten sie mit FLYMINT in eine Workshopreihe, die es in sich hat.

STECKBRIEF

Branche: Software- und Prozessberatungshaus für SAP-Kunden, Leistungen in Product-Lifecycle-Management (PLM), Enterprise Information Management (EIM), agiert weltweit

FLYMINT-Leistungen:

2 Workshops zu je 3 Online-Seminaren mit den Schwerpunkten Integrierte Vermarktungsprozesse und Buyer Persona

Thema: Aufbau integrierter Vermarktungsprozesse, langfristige Strategie zur Kundengewinnung- und bindung, Buyer Persona, C-Level-Akquise

Mehrwert: Schulung und Anleitung, Erstellung von Buyer-Persona-Profilen, Entwicklung von Strategien zur Lead-Generierung und integrierten Vermarktung



SIE WOLLEN LEADS GENERIEREN? DANN IST LEAD GENERIERUNG GARANTIERT NICHT IHR EINZIGES PROBLEM!

Auch in diesem Fall standen wir einer externen und einer internen Problemstellung gegenüber. Extern wollten sie C-Level-Kontakte werblich erreichen und gleichzeitig eine Antwort auf die Fragen „Wo und wie erreicht man diese am besten?“ und „Wie bleibe ich sinnvoll langfristig in Kontakt?“ erzielen.

Doch, um diese externen Herausforderungen zu meistern, musste zuerst intern eine gehörige Portion Vorarbeit geleistet werden. Hierfür mussten Marketing und Vertrieb an einen Tisch geholt werden und zusammenarbeiten.



ZWISCHEN TACHELES UND TABULA RASA - DIE WORKSHOPREIHE LÄUFT AN

Genau diese Zusammenarbeit wurde in den FLYMINT-Workshops ermöglicht, angeleitet und moderiert mit dem gemeinsamen Ziel:

- Erwartungshaltungen und Lead-Begriffe klarzuziehen
- Verantwortlichkeiten, Prozesse und Übergabepunkte zu definieren
- Die Annahme, dass der Fokus der Kundengewinnung auf C-Level-Kontakte fallen sollte, durch eine Buyer-Persona-Analyse zu überprüfen
- Vollständige, gemeinsame Prozesse und Systeme zur Lead-Generierung und -Bearbeitung aufzusetzen

DIE WORKSHOPS IM ÜBERBLICK

Workshop 1: Einführung in die integrierten Vermarktungsprozesse

- Theoretische Grundlagen: Gemeinsame Wissensbasis
- Festlegung von einheitlichen Definitionen im Lead-Management-Prozess
- Festlegung von Zuständigkeiten
- Identifikation von aktuellen Lead-Quellen
- Erwartungen der Beteiligten

Workshop 2: Buyer Persona

- Identifikation von Käufer-Stereotypen
- Identifikation von Motivationen und Motiven Identifikation von Bedarf & Bedürfnissen im Kaufprozess

NOCH MEHR
INFORMATIONEN ZU
DIESEN WORKSHOPS?
HIER LANG!



ZUSAMMEN AUF ZU NEUEN UFERN UND ERKENNTNISSEN

Der erste große Erfolg war, dass Marketing und Vertrieb sich gemeinsam an einen Tisch gesetzt haben. Zusammen konnten wir den gesamten Vermarktungsprozess genau anschauen und analysieren. Dabei wurde nicht nur der volle Prozess für alle sichtbar, sondern auch alle Blickwinkel und Perspektiven wurden miteinbezogen, sodass sich alle auf einen gemeinsamen Weg committen konnten.

Zu Beginn der Zusammenarbeit standen Personen aus dem C-Level im Fokus der Vermarktung unseres Kunden, doch während des Buyer-Persona-Workshops zeigte sich, dass eben diese Personen gar nicht unter den entwickelten Buyer-Persona-Profilen auftauchten.

Ein Rückschlag? Von wegen! Durch diese neugewonnenen Erkenntnisse kann das Systemhaus nun gezielte Content-Strategien für ihre Vermarktung entwickeln und spart sich – wortwörtlich – dieselbe Erkenntnis erst durch umfängliche und teure Anspracheversuche von C-Level-Kontakten zu gewinnen.

WENN SIE SICH MIT UNS AUCH AUF DIE MISSION „INTEGRIERTE VERMARKTUNG“ BEGEBEN WOLLEN, NUTZEN SIE DOCH UNSERE KOSTENLOSE ERSTBERATUNG!



BEREIT FÜR NEULAND

Das Software- und Prozessbearbeitungshaus ist auf dem besten Weg, die Ziele zu erreichen und eine Marketing und Vertrieb übergreifende Vermarktungsstrategie zu implementieren. Und auch wenn heute noch ein gutes Stück des gemeinsamen Weges bis zur vollendeten Umsetzung vor uns liegt, freuen wir uns, sie dabei weiter begleiten zu dürfen. In den kommenden Monaten werden wir unter anderem Vermarktungsprozesse festlegen, die optimal auf die zu fokussierenden Buyer Personas zugeschnitten sind. Darüber hinaus steht auf dem Plan, die geeigneten Content-Arten für den weiteren Prozess zu definieren und diese Inhalte dann auch zu erstellen.



Wenn Sie sich mit uns auch auf die Mission „Integrierte Vermarktung“ begeben wollen, nutzen Sie doch unsere kostenlose Erstberatung!



DAS WILL ICH AUCH



MEHR ZUM THEMA “INTEGRIERTE VERMARKTUNG” AUF UNSERER WEBSITE:

- [Die FLYMINT-Workshops \[↗\]](#)
- [FLYMINT Online-Seminar-Reihe \[↗\]](#)
- [Mission “Integrierte Vermarktung” \[↗\]](#)

Jetzt [Beratungsgespräch \[↗\]](#) anfordern: +49 3641 63 666 0 oder info@flymint.com

FLYMINT GmbH Leutragraben 1, Im JenTower, 07743 Jena

FLYMINT

LEAD MANAGEMENT COMPANY



LEAD MANAGEMENT

Sales Cloud / Marketing Cloud
Marketing Automation / Lead Routing
Lead Scoring / Progressive Profiling
Lead Qualifizierung
Buyer Personas / Zielgruppen
Content Marketing / Touchpoints
Inbound / Outbound Marketing
Disruptiver Vertrieb / Digitaler Vertrieb
CRM / E-Mail-Marketing
Commercial Excellence



Scan me

Unser Lead Management für Sie:
flymint.com/lead-management



Jetzt [Beratungsgespräch](#) [↗] anfordern: +49 3641 63 666 0 oder info@flymint.com

FLYMINT GmbH Leutrgraben 1, Im JenTower, 07743 Jena

unsplash / damir-spanic-tJ85qECud2A-unsplash, unsplash / joseph-barrientos-eUMEWE-7Ewg-unsplash, unsplash / oliver-sjostrom-CihXnvELE00-unsplash, istockphoto-458116559-1024x1024, unsplash / luke-bender-h_YjxPtKRHA-unsplash, unsplash / nikko-macaspac-6SNbWYFwuhk-unsplash