

CASE STUDY

Qualifiziertes Briefing der Key-Account-Manager eines führenden ERP-Anbieters im wettbewerbsintensiven Umfeld

Problemstellung:

Einer der weltweit führenden ERP-Anbieter steht im intensiven Wettbewerb mit seinem Hauptkonkurrenten.

Die Geschäftsleitung beabsichtigte, die Marktposition durch den Ausbau der Fachkompetenz im Vertrieb zu festigen. Dazu sollten die Vorteile der eigenen Leistungen vor dem Hintergrund der Kundenbedürfnisse scharf herauskristallisiert werden. Das sollte derart auf den Punkt gebracht werden, dass Kunden auf die relativen Schwächen der Wettbewerber aufmerksam gemacht werden, ohne diese direkt zu benennen.

Dr. Boysen Consulting erhielt den Auftrag, für die Key-Account-Manager auf den Punkt gebrachte Pitch-Präsentationen zu erstellen, die dieses Ziel unterstützen.

Vorgehensweise:

Dr. Boysen Consulting sammelte zunächst in Gesprächen mit Fachleuten aus der Produktentwicklung, aus dem Marketing und aus dem Vertrieb im Unternehmen Argumente, die für die Produkte des Auftraggebers sprachen. Außerdem sammelte Dr. Boysen Consulting relevante Informationen über den maßgeblichen Wettbewerber. Parallel versetzte sich Dr. Boysen Consulting in die Lage der Zielkunden aus den wesentlichen Zielsegmenten und kristallisierte deren spezifische Herausforderungen heraus. Schließlich erarbeitete Dr. Boysen Consulting zusammen mit dem Vertrieb die 10 Hauptzielkunden und recherchierte web-basiert und in Interviews deren individuelle Lage, die strategische und operative Ausrichtung und deren Ziele. Daraus ermittelte Dr. Boysen Consulting die spezifischen Themen und Bedürfnisse, die bei diesen Unternehmen oben auf der Agenda stehen.

Im nächsten Schritt filterte und strukturierte Dr. Boysen Consulting die gesammelte Information.

Aus dieser Informationsbasis leitete Dr. Boysen Consulting pro Zielkunden eine Top-down-Präsentation ab.

Einleitend mit den Herausforderungen der Zielkundenbranche und konkretisierend auf das jeweilige Zielunternehmen eingehend sollten die Key-Account-Manager mit der ansprechenden Präsentation zunächst Vertrauen gewinnen, indem sie zeigten, dass sie die Situation und die besonderen Herausforderungen des Kunden verstanden haben. Dazu ging die Präsentation im weiteren Verlauf auf die Bedürfnisse des Ansprechpartners in seiner betrieblichen Funktion ein. Erst jetzt wurden die Merkmale der Leistungen des ERP-Anbieters mit den Bedürfnissen des Zielunternehmens und der handelnden Personen gezielt zusammengeführt. Die Präsentationen schlossen mit einer Abwägung der Vorteile mit den Kosten einer Entscheidung für die Einführung der Leistungen des Klienten von Dr. Boysen Consulting ab.

Die handlungsleitenden Präsentationen wurden den Key-Account-Managern vorgestellt und mit ihnen diskutiert und abgestimmt, bevor diese sich mit ihren Zielkunden treffen sollten.

Ergebnis:

Die Key-Account-Manager schätzten diese methodische und inhaltliche Unterstützung sehr. Sie verbrachten ihre Zeit in Kundengesprächen und hatten nicht die Zeit und die Mittel, Präsentationen auf diesem Niveau zu erstellen.

Mit diesem Briefing wurden die Key-Account-Manager von ihren Ansprechpartnern im Markt als Lösungsanbieter wahrgenommen. Sie konnten neue Geschäftsbeziehungen anbahnen und innerhalb von sechs Monaten vier Großkunden gewinnen.

Die von Dr. Boysen Consulting eingeführte Methode wurde vom Marketing des Unternehmens übernommen. Das bewährte Briefing der Key-Account-Manager wird fortgesetzt.