

Lead Management – mehr Umsatz durch Marketing-Automatisierung

Kostenloses White Paper erklärt, wie Lead Management messbar den Unternehmenserfolg steigert

München 20. April 2009 – Die ASERVO Interactive GmbH bietet ab sofort unter <http://BessereLeads.aservo.com> das aktuelle White Paper „Bessere Leads für den Vertrieb“ kostenlos zum Download an. In der aktuell wirtschaftlich angespannten Situation in vielen Branchen bietet es Unterstützung und Methoden an, um den Beitrag des Marketings zum Vertriebs Erfolg nicht nur zu steigern, sondern auch sichtbar und messbar zu machen. Ein wesentlicher Bestandteil eines effizienten Lead Management Prozesses im Online-Marketing ist die Beobachtung des Interessentenverhaltens auf Unternehmenswebseiten. Ein weiterer ist die schrittweise Weiterentwicklung jedes einzelnen Leads durch käuferspezifische Informationen zur Vorbereitung der eigentlichen Kaufentscheidung. Auf diese Weise erhält der Vertrieb vorqualifizierte Leads, bei denen ein Vertragsschluss höchst wahrscheinlich ist.

„Aufgrund der Wirtschaftskrise ist die Investitionsbereitschaft von Unternehmen angespannt und nicht transparent“, erklärt Reinhard Janning, Geschäftsführer Vertrieb und Marketing bei der ASERVO Interactive GmbH. „In diesen Zeiten ist es nicht einfach, neue Kaufinteressenten in einem frühen Stadium zu identifizieren und dann zu qualifizieren. Unser White Paper zeigt Wege auf, wie sich mit Hilfe von modernen Software-Plattformen – Oberbegriff: Marketing Automatisierung – der gesamte Prozess vom ersten Website-Besuch bis zum qualifizierten Lead aufbauen lässt. Erklärtes Ziel ist es, dem Vertrieb durch messbare Marketingaktivitäten vorqualifizierte Interessenten für den Kaufabschluss zu übergeben und damit den Unternehmenserfolg zu steigern.“

Das White Paper spricht besonders diejenigen Unternehmen an, die erklärungsbedürftige Produkte oder solche mit höherem Investitionsvolumen anbieten. Daher ist eine Unterscheidung in B2B oder B2C hier nicht erforderlich. Weil hier Kaufentscheidungen in der Regel nicht ad hoc fallen, gilt es, den Kunden möglichst frühzeitig durch geeignete Marketingmaßnahmen – beispielsweise ein Online-Formular – dazu zu bringen, sich zu identifizieren

und zumindest seine E-Mail-Adresse zu hinterlassen. Dann wird es möglich, den Kunden später erneut aktiv zu kontaktieren und nicht auf seine „Rückkehr“ zu warten. Neben der Kontaktierung gehört es auch zum Prozess, das Interesse in einer bestimmten Zielgruppe aktiv zu wecken. Das White Paper zeigt dazu entsprechende Möglichkeiten auf.

E-Mail-Marketing in Verbindung mit so genannten Webtracking-Technologien sowie der Einsatz von Formularen auf gezielt eingerichteten Landing Pages bilden die Basis, um Leads soweit vorzuqualifizieren, dass sie im nächsten Schritt über ein nachgeschaltetes CRM-System mit dem Status der Kaufbereitschaft an den Vertrieb gemeldet werden.

„Ziel ist es,“ so Reinhard Janning ergänzend, „dem Vertrieb die gesamte Vorarbeit der Lead-Generierung und -Qualifizierung vor dem eigentlichen Abschluss abzunehmen und ihm damit mehr Zeit zu geben, um sich intensiv um den Kaufvertrag zu kümmern. Dabei ist das Timing entscheidend.“

ASERVO lässt seine Kunden in der Beratung nicht nur von der praktischen und theoretischen Vertriebserfahrung aus mehr als 25 Jahren profitieren, sondern unterstützt sie daneben bei der Integration von intelligenten, softwaregestützten Marketing-Automatisierungslösungen. Ein weiteres 3-Stufen-Konzept zur Steigerung des Vertriebs Erfolgs lässt sich nachlesen im erfolgreichen eBook „Umsatzvorgaben für das Marketing“, ebenfalls kostenlos unter <http://ebook.aservo-interactive.com>.

Über die ASERVO Interactive GmbH

ASERVO Interactive hat sich als Team von Marketing- und Vertriebsexperten auf die Unterstützung von B2B-Unternehmen im Online-Marketing und bei der Kundengewinnung spezialisiert. Ein besonderer Fokus liegt auf der Verknüpfung von Marketing- und Vertriebsprozessen durch ein integriertes Leadmanagement. Dabei kommt die Eloqua Conversion Suite als Plattform für Marketing-Automatisierung zum Einsatz. In Kombination mit dem jeweiligen CRM-System gewährleistet sie eine durchgängige Kundenansprache: vom ersten Kontakt bis zum Vertragsabschluss.

ASERVO Interactive ist zertifizierter Implementierungspartner in Zentraleuropa für die Eloqua Inc. Zu den ASERVO-Kunden zählen unter anderem Unternehmen wie Microsoft, Conject AG, Speech Design, Faro Europe, Sonicwall, Messe München und Nokia Siemens Networks.

ASERVO Interactive GmbH
Reinhard Janning
Raiffeisenallee 5
82041 Oberhaching
Tel.: 089 - 143673 - 21
Fax: 089 - 143673 - 35
Web: www.aservo-interactive.com

Pressekontakt
TextIT – EDITor & MORE
Stephan H. Gursky
Düsseldorfer Str. 4
63939 Wörth
Telefon: 0 93 72 / 9 47 39 83

e-Mail: st.h.g@t-online.de