

Effektives Lead Management für einen nachhaltigen Aufbau Ihrer Sales-Pipeline

Problematik in der Leadbearbeitung

Die Bearbeitung von Leads sorgt nicht selten für echtes Konfliktpotenzial unter den bearbeitenden Instanzen Marketing, Vertriebsinnendienst und Vertrieb. Das liegt zum einen an den unterschiedlichen Erwartungen, zum anderen an unklaren Regeln, wie man mit einem Lead in einer bestimmten Phase umgehen sollte. Zudem führt eine häufig mangelnde Messbarkeit durch inkonsequente Dokumentation (Historien- und Verlaufsdaten) zu einer uneffektiven Leadbearbeitung. Das sorgt auf der einen Seite für erhebliche Umsatzeinbußen, auf der anderen Seite verärgern Sie Ihre Kunden etwa dann, wenn diese bereits von einem Vertriebsmitarbeiter betreut werden und einen Kaltakquise-Brief erhalten.

Das Leadmanagement befasst sich im Kern mit folgenden Fragestellungen:

- Wer bearbeitet Anfragen zuerst, wie werden Anfragen bearbeitet und was passiert im Anschluss?
- Wer bearbeitet ein Lead in welcher Phase?
- Wann wird ein Lead an den Vertrieb übergeben und welche Kriterien müssen erfüllt sein?
- Was passiert mit einem Lead, der an den Vertrieb übergeben, aber nicht ausreichend qualifiziert wurde?
- Welche Flags (Selektionskriterien) nutze ich für Mailing-Selektionen? Wen darf ich anschreiben und wen nicht?
- Wie interpretiert man den Leadtrichter?
- Welche Informationen müssen im Verlauf der Leadbearbeitung dokumentiert werden?
- Aus welchen Gründen werden Deals gewonnen oder verloren und wie sammelt und verwertet man die Begründungen?
- Wie entwickelt man ein aussagefähiges Vertriebs-Controlling?

Ganzheitliches Leadmanagement

Zu einem guten und erfolgreichen Leadmanagement gehören nicht nur die Aktivitäten zur Leadgenerierung selbst. Sie benötigen ein ganzheitliches Konzept mit einem möglichst hohen Automatisierungsgrad. So sind etwa eine hohe Responsegeschwindigkeit, eine schnelle und intelligente Messe-Lead-Bearbeitung, ein kluges Wiedervorlagenmanagement, ein stringent definiertes Anfragemanagement, vorgefertigte Info-Kits für den schnellen und auto-personalisierten Versand sowie ein dialogorientierter Web-Auftritt unerlässlich. Seien Sie immer ein Schritt schneller und führen Sie einen Dialog mehr als der Wettbewerb – so werden Sie bereits bei der Leadgenerierung Punkte bei Ihren potenziellen Kunden sammeln!

So unterstützt ERM Ihr Unternehmen

Wir definieren gemeinsam mit Ihnen Prozesse des Leadmanagements sowie Regeln und Zuständigkeiten. Zudem zeigen wir Ihnen, wie Sie alle Phasen des Leadmanagements - von der Kaltakquise bis zum After-Sales-Service - als Verkaufstrichter abbilden können, wie Sie diesen Trichter interpretieren und welche Maßnahmen Sie daraus ableiten können.

**ERM Consulting – Gesellschaft für
Enterprise Relationship Management
mbH**

Landhausring 3
12683 Berlin

Tel.: +49 (0)30 6110 7653

Fax: +49 (0)30 6110 7654

info@erm-consulting.de

www.erm-consulting.de