



Checkliste für die Digitalisierung der Leaderfassung auf Messen

Die 10 wichtigsten Aspekte bei der Auswahl der passenden Lösung

Die Digitalisierung der beruflichen Umwelt schreitet unaufhaltsam und mit großen Schritten voran. Mobile Endgeräte haben daran einen großen Anteil. Im Marketing führt die Digitalisierung zur Automatisierung von E-Mail-Kampagnen, personalisierte Webseiten bis hin zu komplexen Lead Nurturing Prozessen, oft als Leadmanagement zusammengefasst.

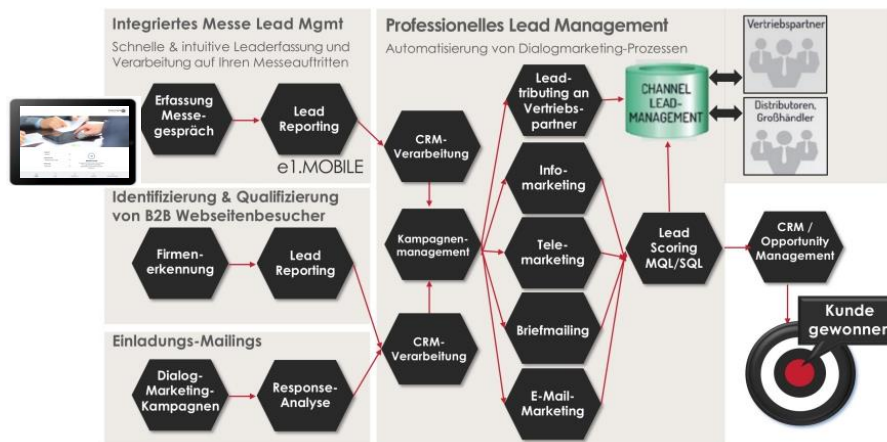


Abbildung 1: Prozesschart eines integrierten Leadmanagement Ansatzes über mehrere Kanäle

Betrachtet man vor diesem Hintergrund die **Neukundengewinnung (Leadgenerierung) im B2B-Umfeld, z.B. auf Messen**, so erfolgt hier aber noch viel über papier-gestützte Dokumentation. Mobile CRM-Lösungen und Tablet-basierte Leaderfassungslösungen (via iPad, Android Tablet oder Windows Tablet) bieten hier längst überzeugende und in der Praxis vielfach erprobte Lösungen an. Auf letztere will ich im Folgenden näher eingehen.

Die am häufigsten genannten **Motive für die Einführung einer mobilen Leaderfassungslösung** sind die Vereinfachung und Beschleunigung der Digitalisierung von Messe-Leads, eine automatisierte Übernahme der Leads in das CRM und somit die Voraussetzung für ein beschleunigtes Follow-Up durch den Vertrieb. Weitere genannte Motive sind Vollständigkeit der Erfassung der Gespräche und die Lesbarkeit der Gesprächsnotizen.

Was sollte man bei der Einführung einer mobilen Messeleaderfassungslösung beachten:

- ✔
1. Offene Schnittstelle zu CRM, Marketing Automation und Vertriebspartner-Systemen
 Dabei sollte man die Frage klären, ob die Lösung Standardschnittstellen wie REST und SOAP unterstützt, und ob es darüber hinaus Referenzprojekte zum vom Unternehmen verwendeten CRM (MS Dynamics, Salesforce, SAP CRM, SugarCRM, update, ...), Marketing Automation Tool (Eloqua, Evalanche, Marketo,...) oder für die kooperative, bidirektionale Bearbeitung von Leads und Opportunities mit Vertriebspartner (wie leadtributor) gibt.
- ✔
2. Plattformunabhängigkeit der App inklusive Responsive Design
 Angesichts der Schnelligkeit der Hardwareentwicklung bei mobilen Endgeräten sollte sich ein Unternehmen die größtmögliche Wahlmöglichkeit hinsichtlich der unterstützten Plattformen (iOS, Android, Windows) erhalten. Responsive Design-Fähigkeit berücksichtigt dabei, dass die App auf beliebig großen Displays vom Smartphone über 7 Zoll bis hin zu großen Tablets oder gar PC Bildschirmen gut dargestellt wird.
- ✔
3. OCR Erkennung und CRM-Datenbankabfrage
 Eine hohe Qualität und Vollständigkeit der erfassten Kontaktdaten des Gesprächspartners ist die unabdingbare Voraussetzung für eine hohe Wertigkeit eines Leads. Bei Bestandskunden vermeidet eine Abfrage der Kontaktdaten im CRM Dubletten und damit verbundene Informationsverluste. Bei Interessenten (Leads) ist die häufigste genutzte Erfassung der Kontaktdaten die via Visitenkarten-Scan. Die Leistungsfähigkeit der verwendeten OCR-Software sollte hinterfragt und beispielhaft geprüft werden.



- 4. Offline-Fähigkeit**
Jeder hat es schon mehrfach erlebt: Auf dem Messestand hatte man plötzlich keine Internetverbindung mehr. Damit dies, aber auch eine Nutzung der App in abgeschirmten Bereichen, keine erhebliche Einschränkung der Nutzung der Messeleadlösung ist, sollte eine Lösung auch ohne Internetanbindung voll funktionsfähig sein.
- 5. Mandanten- und Rechteverwaltung**
Um Datenschutz zu gewährleisten, muss eine Lösung sowohl auf der Organisationsebene als auch auf der Personenebene Einstellungen für die Sichtbarkeit von Fragebögen, Content und nicht zuletzt genierte Leads offerieren. Eine Trennung auf zwischen Organisationen (z.B. Länderorganisationen, Tochterfirmen) erreicht man durch Mandantenfähigkeit einer Lösung. Über eine Rechteverwaltung kann einzelnen Benutzern Zugriffsrechte auf Fragebögen, Inhalte und Leads innerhalb eines Mandanten eingeräumt werden.
- 6. Einfache Anpassbarkeit der Fragebögen durch die eigenen Mitarbeiter**
Was in der Einführungsphase oftmals eine gewünschte Hilfe ist, die Erstellung eines initialen Fragebogens durch den App-Hersteller bzw. dessen Dienstleister, kann im späteren produktiven Einsatz ein (Zeit kostendes kostenintensives) Ärgernis sein. Der Anbieter sollte daher eine browserbasierte Umgebung zur Änderung und Ergänzung sowohl der Fragebögen als auch des Contentbereichs (falls vorhanden) anbieten.
- 7. Anlegen von Folgeaktivitäten und deren Terminierung (direkte Follow-Up-Aktivitäten)**
Ein ehernes Gesetz im Vertrieb besagt, dass eine Aktivität, wie z.B. ein Messegespräch, ohne fixierte Folgeaktivität eine Sackgasse, ein Dead End ist. Und führt somit in der Regel nicht zu dem angestrebten Ergebnis. Eine Messeleadfassung sollte dies berücksichtigen, in dem Folgeaktivitäten aus einer Auswahlliste o.ä. (Telefonat, Infomail, Besuch, Produktdemonstration, Angebot) mit konkretem Datum hinterlegt werden kann.
- 8. Mehrsprachigkeit (sowohl der App als auch der Fragebögen)**
Im B2B-Vertrieb treffen sowohl auf der Verkäufer- als auch auf der Interessentenseite Menschen mit den verschiedensten Muttersprachen aufeinander. Zum besseren Verständnis aller Beteiligten muss eine Messelead-App dies berücksichtigen. Sowohl die Fragebögen müssen in den gängigen Sprachen formuliert werden können, als auch die Navigationselemente der App mehrsprachig sein.
- 9. Auswahllisten und Pflichtfeldüberprüfung**
Nach der durchgängigen digitalen Verarbeitung und Integration der erfassten Daten stellen nahezu unbegrenzte Auswahllisten (mit Suchunterstützung) und Pflichtfeldüberprüfung einen großen Vorteil in der täglichen Praxis dar. Während Auswahllisten auf einem Papierbogen eine mengenmäßige Grenze gesetzt sind, können, in Kombination mit einer buchstabenadditiven Suche, diese Listen nahezu unendlich umfangreich sein. Intelligente Apps sorgen dafür, dass Pflichtfelder vom Standpersonal ausgefüllt werden müssen und beim Abschluss des Fragebogens gegebenenfalls mit direkten Sprungmarken als „offen“ aufgeführt werden. Ein Fragebogen sollte erst nach dem Ausfüllen aller Pflichtfelder abgeschlossen und Richtung CRM hochgeladen werden können.
- 10. Integration von Präsentationsinhalten wie Foliensätze, Broschüren, Preislisten und Videos**
Tablet-Lösungen bieten als weiteren Vorteil, dort sämtliche für ein Kundengespräch oder eine Präsentation hilfreiche Dokumente und Dateien abspielen zu können. Zudem fügen sich Tablets durch ihre flache Bauart ideal in jede Gesprächssituation ein.

Eine derartige Checkliste kann immer nur eine Annäherung an ihre konkrete Auswahl-situation sein. Die vorliegenden Punkte sind meine persönlichen Erfahrungspunkte aus sechs Jahren vertrieblicher Tätigkeit für einen Anbieter, nämlich die Firma entergon und deren Lösung e1.MOBILE. Wünschen Sie über diese Lösungen Auskunft, freue ich mich über Ihre Anfrage. Auf den Seiten „[FAQ Messe-Leadlösung e1.MOBILE](#)“ und „[Funktionsweise Messeleadfassung mit e1.MOBILE](#)“ finden Sie weitere Informationen und (optische) Eindrücke über die Lösung e1.MOBILE.



Ich freue mich über Ihre Anfragen. Gerne per Mail. Telefon oder
Ihr Lutz Thielmann, Lutz Thielmann Consulting



Anfrage Webdemo
e1.MOBILE