



Rezept zum Erfolg

Wie medatix sein Lead Management fit macht



Mehr Durchblick: als einer der führenden Anbieter von Praxis- und Ambulanzsoftware verfügt medatix über ein weit verästeltes Netz an Vertriebspartnern und Niederlassungen. Und das flächendeckend in ganz Deutschland. Um den optimalen Überblick über sein Leadmanagement zu behalten, setzt das Unternehmen seit 2015 auf den leadtributor. Mit großem Erfolg.

Eine aktuelle Umfrage von Springer Medizin und Deutsche Bank hat ergeben: Deutsche Praxisärzte wollen in nächster Zukunft deutlich mehr investieren. Vor allem in neue Geräte und in die Modernisierung der Praxis-EDV. Dazu gehört auch eine leistungsfähige Software, mit der Termine verwaltet, Patientenakten aktualisiert, Befunde abgelegt, Diagnosen und Leistungsziffern erfasst und Rechnungen geschrieben werden können. Das alles, um schnellere Abläufe zu gewährleisten und Patienten besser zu betreuen. Umso wichtiger, dass Anbieter von Praxis- und Ambulanz-Software ganz nah an ihren potenziellen Kunden sind.



Vera Schaller, Vertriebsinnendienst
bei medatix

Deshalb hat medatix ein schlagkräftiges Partnernetzwerk kreiert: rund 50 Servicepartner und 15 eigene Niederlassungen kümmern sich um Kundenanfragen und um das Neukundengeschäft. „Wir sind einer der wenigen Anbieter in Deutschland, der eine so große regionale Präsenz durch eine ausgeprägte Mischstruktur aus Servicepartnern und eigenen Niederlassungen hat“, sagt Vera Schaller vom Vertriebsinnendienst bei medatix. „Dadurch können wir unsere Kunden optimal betreuen und neue Interessenten zügig besuchen und beraten.“

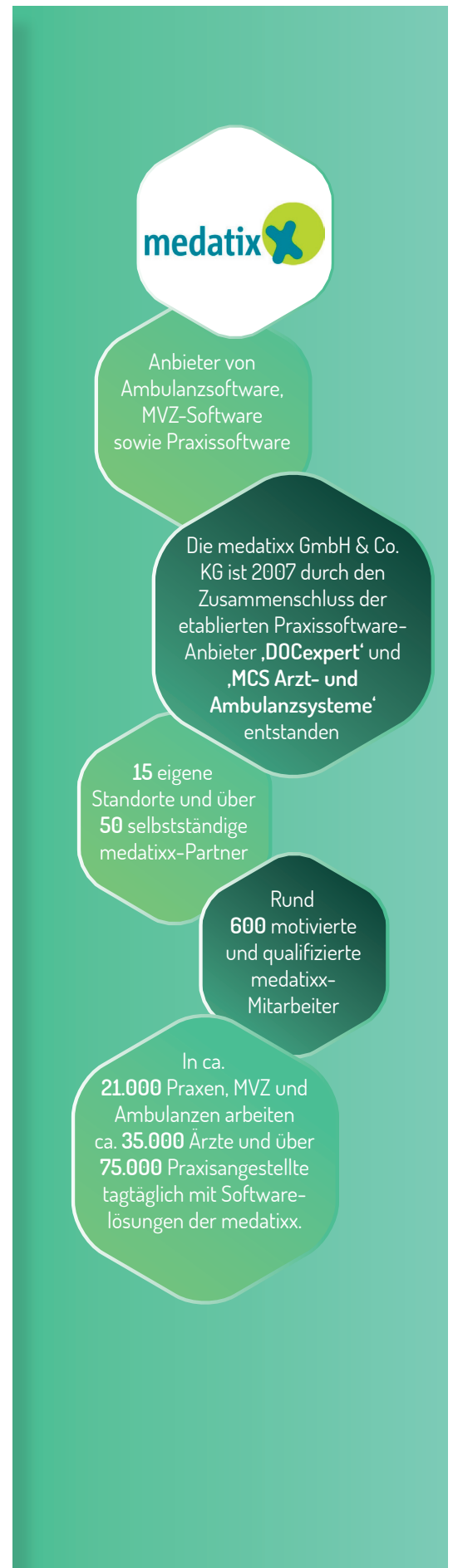
Zeigt jemand Interesse an der Software, soll ein Partner oder ein Mitarbeiter einer Niederlassung in der Lage sein, innerhalb einer Stunde vor der Praxistür zu stehen. Das erfordert eine extrem schnelle, lückenlose Leadbearbeitung. Und birgt so einige Fallstricke.

Das Problem: geringes Reporting vom Channel.

„Noch vor einem Jahr passierte es, dass wir die Kontaktdaten neuer Interessenten an unsere Servicepartner weiter gaben – und dann manuell nachhalten mussten: Wie viele Abschlüsse konnte ein Partner aus einer unserer Kampagnen generieren? Aus welchen Gründen kam es nicht zum Abschluss? Da die Servicepartner eigene Anwendungen zum Nachhalten von Leads nutzen, bekamen wir häufig nur durch proaktive Nachfrage Feedback zum Leadstatus. Warum das so war? „Damals benutzten wir noch eine eigens entwickelte Interessentenverwaltung, die lediglich Basisfunktionalitäten enthielt“, erklärt Vera Schaller. Das Problem: Es konnten lediglich Basis-Auswertungen der Kampagnen, aber keine differenzierten Statistiken erstellt werden und die Dokumentation der Leads für die Servicepartner war sehr aufwendig. Auch andere Fragen konnten nicht beantwortet werden: An welchen Modulen ist der Kontakt noch interessiert? Welches Lead interessiert sich für welche Software-Lösung? Wie viele Interessenten haben noch welchen Status? Für ein effektives und differenziertes Leadmanagement, musste eine andere Lösung gefunden werden.

Die Lösung: der leadtributor

Im November 2015 kam der Entschluss: medatixx stellte auf den leadtributor um. „Wir wollten eine Leadmanagement-Software, mit der wir die Partneraktivitäten einleiten und messen konnten. Gleichzeitig wollten wir eine flexible Leadzuordnung mit zentraler Bereitstellung von Leads. Das war alles möglich dank der äußerst individualisierbaren Software. Für medatixx wurden im leadtributor einige Individualentwicklungen vorgenommen. „Die Umstellung ging erstaunlich schnell. Lediglich eine kurze Basis-Schulung war noch notwendig“, so Frau Schaller. „Vor der offiziellen Einführung konnten wir uns ins Testsystem einloggen, um die Software in Ruhe auszuprobieren. Das war’s dann aber auch.“ Und schon konnte es losgehen. Insgesamt 130 User nutzen mittlerweile den leadtributor. In der Zentrale, und vor allem in den Niederlassungen und bei den Vertriebspartnern. „Wenn von uns ein Lead in den leadtributor eingestellt wird, erhalten wir gleich am nächsten Tag Feedback vom Servicepartner oder vom Mitarbeiter der zuständigen Niederlassung, da die Dokumentation nun deutlich erleichtert ist. Ich erfahre in Echtzeit, wann ein Beratungstermin ansteht, wie er gelaufen ist, wann und ob es zu einem Verkaufsabschluss gekommen ist. Und wenn nicht, warum. Ich erfahre auch, welche Bestandskunden sich für ein neues Produkt entschieden haben. Etwa für eine Online-Terminvergabe oder für ein Archivierungsprogramm.“



ROI messen leicht gemacht

Was sie besonders am leadtributor schätzt: Sie kann auf einen Blick den ROI einer Marketingkampagne messen. „Dank der detaillierten Reportingfunktion sehe ich auf einen Blick, wie groß die Abschlussquote einer bestimmten Marketingaktion ist.“ Aus Sicht des Vertriebes und des Marketings ein Riesengewinn und eine enorme Zeitersparnis. Praktisch ist auch die Tatsache, dass Sie jetzt zu jedem Lead den konkreten Ansprechpartner kennt. „Besonders, wenn ich im Gespräch mit einem Servicepartner bin, weiß ich nun sofort, wer von den bis zu 50 Mitarbeitern für das jeweilige Lead zuständig ist. Das schafft totale Transparenz im Channel!“ Wie die Leads in den leadtributor kommen? Ganz einfach per Lead-Import. Mit dieser Funktion können Datensätze z. B. aus Excellisten ganz einfach hochgeladen und eingespeist werden. Restlos glücklich? Vera Schaller lacht. „Fast. Eine noch tiefere Integration des leadtributors in unsere anderen IT-Systeme würde ich mir noch wünschen. Dies können wir aber sicher in den nächsten Monaten angehen.“



Tipps & Tricks

fürs Channel Leadmanagement:
<http://www.leadtributor.de/ressourcen/newsletter/>

1.

Egal woher Ihre Anfragen kommen. Mit dem leadtributor werden alle Leads sofort bearbeitet. Nichts bleibt liegen.

2.

Der leadtributor qualifiziert, verteilt, überwacht und managt Leads mit Vertriebspartnern, Außendienst oder Handelsvertretern. Alle Ergebnisse fließen zurück in Ihre Systeme.



Das Ergebnis: Mehr Transparenz. Bessere Umsatzprognosen. Saubere Datenhaltung. Und geringere Prozesskosten.

Live Demo:

www.leadtributor.de/demo

Kontakt:

Philipp von der Brüggen

leadtributor GmbH

Thierschstraße 25

80538 München

+49 89 716775940

dialog@leadtributor.com

www.leadtributor.de | www.leadtributor.com