



Checkliste für die Digitalisierung der Leaderfassung auf Messen

Die 11 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.

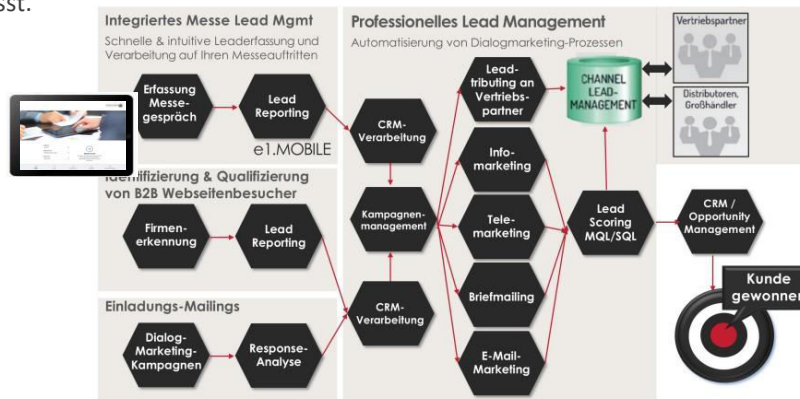


Abbildung 1: Prozesschart eines integrierten Leadmanagement Ansatzes über mehrere Kanäle

Betrachtet man vor diesem Hintergrund die **Leaderfassung / Gesprächsdokumentation im B2B-Umfeld auf Messen**, so erfolgt hier aber noch viel über papier-gestützte Dokumentation. Mobile CRM-Lösungen und Tablet-basierte Leaderfassungslösungen diverser Anbieter (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 Marketing Automation Lösung** und somit die Voraussetzung für ein **beschleunigtes Follow-Up** der vertriebsreifen Leads durch den Vertrieb bzw. aller übrigen durch entsprechende Customer Journey Kampagnen. Weitere genannte Motive sind Vollständigkeit der Erfassung der Gespräche, die Lesbarkeit der Gesprächsnotizen und das Tablet als **vollwertiges Präsentationswerkzeug**.

Was sollte man bei der Einführung einer mobilen Messeleaderfassungslösung beachten:

- 1. Offene Schnittstelle zu CRM, Marketing Automation, Messe-IT- 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, Pardot, ...), Messe-IT-Systeme (z.B. Aditus, ATS, Experient, Global Reg Solution, MCI Events, Xpressleadpro) 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, Badge Code Scan 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.
- 6. Einfache Anpassbarkeit des Layouts und der Fragebögen durch die eigenen Mitarbeiter**
Was in der Einführungsphase oftmals eine gewünschte Hilfe ist, die Erstellung eines initialen Layouts und Fragebogens durch den App-Hersteller bzw. dessen Dienstleister, kann im späteren produktiven Einsatz ein (kostenintensives) Ärgernis sein. Der Anbieter sollte daher eine browserbasierte Umgebung zur Änderung sowohl der Fragebögen, des Layouts als auch des Präsentationsbereichs anbieten. Und in Zeiten von HTML5 und CSS3 dürfen die Layouts durchaus auch zugleich „schön“ sein und Usability-Ansprüchen berücksichtigen.
- 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 ist. Eine Messeleadfassung sollte dies berücksichtigen, in dem Folgeaktivitäten nicht nur aus einer Auswahlliste o.ä. (Telefonat, Infomail, Besuch, Produktdemonstration, Angebot) mit konkretem Datum ausgewählt werden können, sondern auch in einem automatisierten Follow-Up umgesetzt wird.
- 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, Pflichtfeldüberprüfung und dynamisches Ein- und Ausblenden von Frageblöcken**
Nach der durchgängigen digitalen Verarbeitung und Integration der erfassten Daten stellen nahezu unbegrenzte Auswahllisten (mit additiver Suchunterstützung) und Pflichtfeldüberprüfung einen großen Vorteil dar. Moderne Apps ermöglichen zudem sogenannte „Formularaktionen“ wie die (De-)Aktivierung von Pflichtfeldern oder das Ein- und Ausblenden ganzer Felderblöcke.
- 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.
- 11. Self-Service bzw. KIOSK-Funktionalität, z.B. als zentraler Präsentations-Touchscreen**
Moderne Plattformen sollten nicht nur einen Anwendungsfall, sondern idealerweise ein Bündel an Einsatzbereiche unterstützen. Dies kann z.B. ein hochauflösender Präsentations-Touchscreen oder digitale, kontextbezogene digitale Informationsstelen neben prominenten Ausstellungsstücken oder am POS sein.

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



Ich freue mich über Ihre Anfragen. Gerne per Mail. Telefon oder ➔

Ihr Lutz Thielmann, Lutz Thielmann Consulting



Anfrage Webdemo
e1.MOBILE