



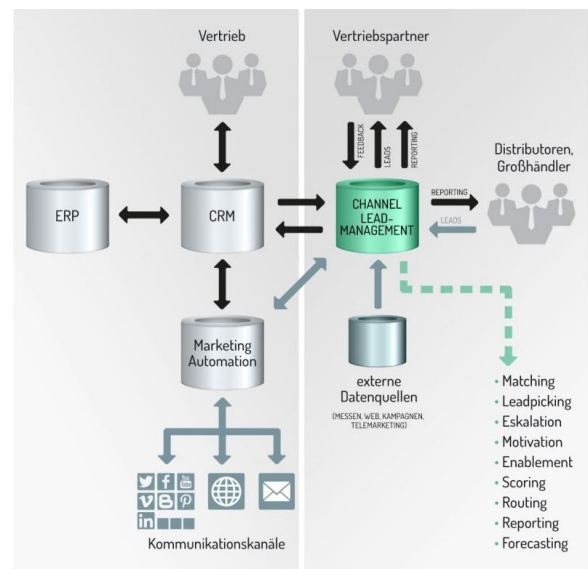
Lead- und Opportunity Management im Maschinenbau

Kaum eine Branche ist so international aufgestellt wie der Maschinenbau. Auch durch eine konsequente Ausrichtung auf den Export ist der Maschinenbau zu einer der führenden Industriezweige geworden. Um ihre Kunden auf der ganzen Welt betreuen zu können, setzen viele Maschinenbauunternehmen ganz oder teilweise auf vielschichtige Vertriebsstrukturen mit Vertriebspartnern. Da diese Vertriebspartner oft nicht weisungsgebunden sind, ist das Management dieser alles andere als einfach und oft nur über Anreizsysteme steuerbar. Mit einem guten IT-gestützten (Channel) Opportunity Management lassen sich viele Vertriebspartner (ebenso wie eigene Vertriebsorganisationen und Außendienstmitarbeiter) zum Nutzen aller einbinden.

Im Maschinenbau bieten Hersteller heute ihre Produkte und Lösungen direkt und/oder indirekt über Vertriebspartner an. Gerade in diesem großen Industriezweig mit dessen hoher internationalen Präsenz werden Markt- und Wettbewerberinformationen intensiv genutzt und Service großgeschrieben. Maschinenbauunternehmen entscheiden sich für Vertriebspartnerschaften, um schnell und kostengünstig eine globale Marktdurchdringung zu erreichen. Weil Vertriebspartner aber nicht zum herstellenden Unternehmen gehören, sind diese nicht weisungsgebunden. Sie lassen sich daher, auch im Umgang mit übergebenen Leads und Opportunities, schwerer betreuen, kontrollieren und steuern. Oftmals ist der Vertriebspartner auch Reseller mehrerer Produkte verschiedener Unternehmen. Der Einfluss auf ihn ist gering, eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Partnern aber oft umsatzrelevant. Ein modernes IT-basiertes Channel Opportunity-Management greift diesen Dualismus auf und gibt Vertriebsorganisation und dem Austausch mit Vertriebspartnern (und wahlweise auch eigenen Vertriebsseinheiten) eine feste, zielführende Struktur.

Überblick im Vertriebstrichter

Nach der Gewinnung von Leads, z.B. über die eigene Webseite oder auf Messen, ist die zeitnahe Nachbearbeitung dieser Leads und eine fortlaufende Statusübersicht aller Leads auch im Maschinenbau erfolgskritisch. Viele Hersteller haben für den eigenen Direktvertrieb die verschiedensten Lösungen inklusive Reportings dafür, sodass für diesen Teil der Vertriebsorganisation der Reifegrade der Leads und Opportunities schnell und unkompliziert ermittelt werden kann. Bei Unternehmen, die auf Vertriebspartner zurückgreifen, ist das ungleich schwerer. Wer bearbeitet das Lead? Wann ist dem erfolgreichen Abschluss einer Opportunity zu rechnen? Wie lässt sich Feedback zurück an den Hersteller einfordern und mögliche Schlussfolgerungen ziehen und der aktuellen Status einsehen?



Vertriebspartner überzeugen

Die Lösung kann ein regelbasiertes und transparentes IT-System darstellen, das alle Beteiligten einsehen und in dem alle Leads/Opportunities aktualisieren und bearbeiten können. Vertriebspartner, die oft auch für andere Hersteller arbeiten, wollen nachhaltig motiviert und überzeugt werden, dass sich eine vorrangige Bearbeitung der spezifischen Leads und Opportunities besonders lohnt. Mit wirksamen Anreizen entsteht daher ein größerer Einfluss auf Vertriebspartner. Anstatt Leads wie einfach an Vertriebspartner zu verteilen (PUSH), lässt sich die Logik einem PULL folgend, umdrehen: Die Vertriebspartner entscheiden, welchen Lead sie als erfolgsversprechend erachten und daher bearbeiten möchten. Das erspart Nachfragen, wer gerade Zeit und freie Ressourcen hat, und verspricht die zügige Bearbeitung durch denjenigen, der den Lead wirklich übernehmen möchte.



Indem mittels einer Opportunity-Management-Lösung Leads auf einer zentralen IT-Plattform angeboten und Vertriebspartner diese Leads aktiv abzuholen können, lässt sich die Motivation der Vertriebspartner quasi ohne zusätzliches, explizites Zutun des Herstellers sichern.

An Feedback gelangen

Ein (regelmäßiges) Feedback als Hersteller zum Bearbeitungsstatus oder zum Ergebnis einer Leadbearbeitung zu erhalten, ist eine Kunst für sich. Durch indirekte Methoden haben Hersteller allerdings ein Mittel in der Hand um ein zügiges Feedback zu erhalten: Vertriebspartner (oder auch eigene Vertriebsmitarbeiter), die zu viele Leads unbearbeitet liegen lassen, können „gesperrt“ werden.

Lead Opportunity-Management-Softwarelösungen bieten Funktionen, diesen Schritt zu automatisieren. „Gespernte“ Vertriebspartner können sich keine weiteren Aufträge sichern. Erst nachdem diese die offenen Feedbacks abgeben, erhalten diese wieder die Möglichkeit, neue Leads für sich zu reservieren. Indem der vorübergehend gesperrte Vertriebspartner weiterhin die vielen Geschäftschancen auf der IT-Plattform sehen kann, erhöht sich seine Motivation womöglich – wenn er zusehen muss, wie eine gute Opportunity nach der anderen für ihn nicht erreichbar verschwindet.


Informationen zu Leads und Opportunities

Vertriebspartner können in der Regel besser arbeiten, wenn diese mit allen verfügbaren Informationen über den Lead versorgt werden. Daher wird es den Umsatz direkt fördern Leads vor einer Weitergabe an Vertriebspartner entsprechend zu qualifizieren und das Profil des Leads sowohl mit expliziten als auch impliziten Informationen über den Lead anzureichern. Dieses Profil sollte den Vertriebspartnern automatisiert zugespielt werden. Denn für den Vertriebspartner müssen sowohl der Aufwand als auch der Nutzen in einem positiven Verhältnis stehen.

Zusammenfassung

Channel Opportunity Management kann im Maschinenbau die nötige Transparenz herstellen, um die Bearbeitung von Leads auch in komplexen Vertriebsstrukturen, insbesondere mit externen Vertriebspartnern, effektiv und zügig steuern zu können. In einer [Webdemo](#) mit einer ersten Analyse der Ausgangslage bieten leadtributor und seine Vertriebspartner ausführlich Informationen zum Ansatz und zur Funktionsweise der gleichnamigen Plattform. Darüber hinaus enthält die Checkliste ‚Mehr Umsatz mit Vertriebspartnern – Die 10 Gebote für erfolgreiches Channel Opportunity Management‘ nützliche Tipps. Diese Checkliste steht auf der Webseite von [Thielmann Consulting](#) zum kostenfreien Download zur Verfügung.



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



**Anfrage Webdemo
leadtributor**