



Aufbau und Optimierung von Vertrieb + Marketing

In 11 Schritten zum passgenauen
Vertriebsmarketing-System für
B2B-Unternehmen

Wie du regelmäßig lukrative Aufträge generierst.
Ohne 1000 Versuche in Marketing + Vertrieb.

Herzlich willkommen!

Schön, dass du diesen Leitfaden heruntergeladen hast.

Ich habe ihn für dich erstellt, damit er dir ab sofort ein treuer Begleiter ist, wenn du und dein Team euer Marketing + Vertrieb auf neue Kunden ausrichtet.

Nimm dir die folgenden Punkte immer zur Hand, wenn sie relevant für dich sind.

Konstant Interessenten generieren durch passgenaue Vertriebsmarketing-Systeme?

Digitales Vertriebsmarketing bietet die präziseste Möglichkeit, das interne Marketing so auszurichten, dass es konstant Anfragen generiert, die der Vertrieb nur noch abschließen muss.

Mit einem passgenauen Vertriebsmarketing-System wissen Marketing + Vertrieb immer exakt, wann was zu tun ist und mit wie vielen Interessenten und Abschlüssen zu rechnen ist.

Ich wünsche dir viel Freude und Erfolg beim Anwenden!

Dein Wolfgang



Wolfgang Schultz

Wolfgang Schultz zählt als unabhängiger Berater für Vertriebsmarketing-Systeme zu den führenden Experten im DACH-Raum. Mit seiner mehr als 20-jährigen Erfahrung als Unternehmer hilft er vielen Marketing- und Vertriebs-Teams in Industrieunternehmen dabei, Systeme in Marketing und Vertrieb einzuführen, die neue Kunden generieren.

Wolfgang setzt auf Pragmatismus, da für ihn Ergebnisse das ausschlaggebende Kriterium darstellen. Diese Philosophie hat sich in über 200 erfolgreichen Marketingstrategien bewährt, die er für seine zufriedenen Kunden erstellt hat.

Die richtige Vorbereitung

Schritt 1:

Klare Ziele festlegen

„Wer das Ziel nicht kennt, wird den Weg nicht finden.“ (Christian Morgenstern)

Oft wird von der Geschäftsleitung das Ziel vorgegeben, „mehr Interessenten“ oder „mehr Aufträge“ zu generieren.

„Mehr“ ist jedoch nicht konkret genug. Genügt ein zusätzlicher Interessent / Auftrag oder sind 100 pro Monat gefordert? Denn abhängig davon müssen die Maßnahmen entsprechend ausgerichtet werden, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen.

Für den Erfolg ist es entscheidend, ein konkretes und messbares Ziel vorzugeben: **Wie viele Interessenten werden für welche Lösung benötigt** und welche Kriterien sollen diese erfüllen?

Schritt 2:

Den idealen Kunden definieren

Wie sieht euer idealer Kunde aus? Wie groß, aus welcher Branche, welche Bedürfnisse hat er? Wofür benötigt er eure Leistungen oder Produkte und welchen Nutzen hat eure Lösung für ihn.

Ebenfalls sehr wichtig: wen wollt ihr NICHT als Kunden haben? (aus welchen Gründen auch immer)

Schritt 3:

Anbieter Avatar erstellen

Dreht jetzt den Spieß einmal um und versetzt euch in die Rolle eures idealen Kunden.

Was für einen Anbieter wünscht sich euer idealer Kunde? Wie groß, leistungsfähig und wo sollte er ansässig sein? Wie sollte er sich präsentieren? Auf welchem Weg möchte euer idealer Kunde von euch und euren Dienstleistungen und Lösungen erfahren?

Möchte er von euch aktiv angesprochen werden (z.B. per Kaltakquise) oder euch lieber „finden“?

Erstellt eine Übersicht, in der all diese Wunsch Kriterien eurer zukünftigen Kunden aufgelistet sind.

Vergesst dabei erst einmal, wer ihr seid und ob ihr diese Kriterien bereits erfüllt. Vieles lässt sich in Marketing + Vertrieb später „richtig“ darstellen.



Wie ihr eure Strategie richtig aufsetzt

Schritt 4:

Positionierung feinschleifen

Hört sich erstmal langweilig an, ist aber für den Erfolg in Marketing + Vertrieb entscheidend.

Hier beantwortet ihr die Frage: **Warum euer Unternehmen** und nicht einer der zahlreichen Mitbewerber? Warum seid ihr der **ideale Lösungsanbieter** für eure Wunschkunden?

Die beiden gängigsten Formen der Positionierung sind:

1. Positionierung mit **Fokus auf den Kunden**
2. Positionierung im **Vergleich zu euren Wettbewerbern**

Schritt 5:

Blick von außen einfließen lassen

Das Ziel in Marketing + Vertrieb ist klar: Neue Kunden gewinnen und die Prozesse so gestalten, dass sie beliebig oft wiederholt werden können.

Ein externer Berater kann hier von großem Wert sein, da er sowohl Erfahrung als auch den berühmten Blick von außen einbringt.

Zusammen mit einem externen Berater könnt ihr **neue Wege in Marketing + Vertrieb** ausprobieren, die ihr bisher vielleicht noch nicht für euch erschlossen habt. Der Blick von außen wird euch helfen, noch zielsicherer auf eure idealen Kunden zuzugehen und sie **von euren Vorteilen und Leistungen zu überzeugen**.

Schritt 6:

Marketing- und Vertriebs-Strategie festlegen

Ohne eine **klare Strategie** basieren die Ergebnisse in Marketing + Vertrieb oft auf Zufall. Mit einem strategischen Ansatz jedoch könnt ihr konstant und reproduzierbar **neue Interessenten und Aufträge gewinnen**.

In eurer Vertriebsmarketing-Strategie sollte enthalten sein:

- Wer eure Wunschkunden sind
- Wie eure Wunschkunde euch wahrnehmen möchten
- Warum ihr für eure Wunschkunden die beste Lösung seid
- Wie ihr eure Sichtbarkeit bei den Wunschkunden steigert
- Welche Automatisierungen ihr wie nutzt
- Woran ihr unpassende Interessenten erkennt und aussortiert
- Welche Schritte ihr zum Abschluss benötigt

All das in einer Strategie gibt Sicherheit und die Möglichkeit, euer Wachstum zu planen. Jeder weiß, was zu tun ist und was die nächsten Schritte sind.



Wie ihr euer Marketing systematisiert

Schritt 7:

Sichtbarkeit steigern

Die meisten klein und mittelständischen Unternehmen verlieren nicht gegen ihre Mitbewerber, sondern gegen die eigene Unbekanntheit im Markt.

Fehlende Sichtbarkeit bei den idealen Kunden ist eines der Hauptprobleme, die wir immer wieder bei Unternehmen feststellen – auch bei Unternehmen, die davon überzeugt sind, dass jeder bereits ihr Unternehmen kennt. Dem ist aber meist nicht so.

Ein Unternehmen, das euch als möglichen Lieferanten nicht kennt, wird euch nicht anfragen und beauftragen können!

Daher ist es eure Aufgabe, in die Wahrnehmung euer Zielkunden zu kommen.

Schritt 8:

Automatisieren und digitalisieren

Manuelle Tätigkeiten sind kostenintensiv und anfällig für Fehler. Gerade in Marketing + Vertrieb lassen sich viele Tätigkeiten teilweise oder vollständig automatisieren.

Digitale Kanäle sind in ihrer Wirkung und Reichweite manueller Marketing- und Vertriebsarbeit haushoch überlegen und kosten meist einen Bruchteil.

Vor allem, da Marketing-Teams meist unterbesetzt sind und der Vertrieb jetzt schon alle Hände voll zu tun hat.

Digitalisierte Prozesse können hier sinnvoll unterstützen und sich wiederholende Tätigkeiten im Hintergrund erledigen, sodass sich eure Marketing- und Vertriebs-Kollegen auf die wirklich wichtigen Tätigkeiten konzentrieren können.

Schritt 9:

Setzt ein CRM-System ein

Einige Industrieunternehmen nutzen im Vertrieb immer noch Excel zur Verwaltung ihrer Kontaktdaten.

Während dies zu Beginn ausreichend sein mag, stößt Excel an seine Grenzen, sobald man systematisch und professionell neue Kunden und Projekte akquirieren möchte.

Excel ist kein CRM-System!

Der Markt für CRM-Systeme ist umfangreich und kann verwirrend sein. Bei eurer Auswahl sollte der Fokus auf SaaS-Produkten (Software as a Service) liegen. Solche Angebote sind in der Regel preiswerter im Verhältnis zu ihrer Leistung als Software, die man erwirbt und lokal installiert.

Zusätzliche Überlegungen sollten die DSGVO, Automatisierungsoptionen und die Integration mit anderen Tools einschließen.



Vertrieb systematisieren

Schritt 10:

Systeme etablieren

Alle geplanten und erprobten Marketing- und Vertriebsmaßnahmen sollten jetzt zu einem durchgängigen **Vertriebsmarketing-System** zusammengeführt werden.

Nur, wenn die Maßnahmen und Vorgehensweisen systematisch und in aufeinanderfolgender Reihenfolge wiederholt werden, kann ein **beständiger Neukunden-zustrom** und **Auftragseingang** gewährleistet werden.

Das gibt Sicherheit und die Möglichkeit euer Wachstum zu planen. Marketing + Vertrieb werden so regelmäßig Erfolge feiern, noch motivierter auf neue Interessenten zugehen und Aufträge abschließen.

Schritt 11:

Disqualifiziert unpassende Interessenten

Nicht jeder Interessent wird Kunde. Nicht jeder Kunde generiert den gleichen Umsatz und Ertrag. Zudem ist die Zusammenarbeit mit jedem Kunden unterschiedlich anspruchsvoll.

Um Interessenten zu identifizieren, die nicht eurem Idealbild eines Kunden entsprechen, sollten eure Vertriebs-Kollegen **(Dis-)Qualifikationsgespräche** führen.

Auf diese Weise könnt ihr eure Vertriebsressourcen gezielt auf Interessenten ausrichten, die am ehesten eurem Wunschkundenprofil entsprechen und denen ihr am effektivsten helfen könnt.

Alle anderen Interessenten solltet ihr aussortieren. Das klingt zu Beginn hart, hilft euch aber den Fokus zu behalten und keine wertvolle Zeit mit Unternehmen zu verschwenden, die letztendlich nicht beauftragen oder in der Zusammenarbeit Schwierigkeiten verursachen.

Bonus-Tipp

Nehmt euer Marketing-Team ernst

Viele Mittelständler setzen primär auf den Vertrieb. Denn nur der Vertrieb bringt vermeintlich die Aufträge und Umsätze ins Haus. Und leider herrscht in vielen Unternehmen die Meinung, dass das Marketing sowieso nur „bunte Bildchen malt“ und eher eine Kostenstelle statt ein Profit-Center ist.

Die Erkenntnis, dass Marketing die Vorstufe zum Vertrieb ist, hat sich erst bei wenigen Industrieunternehmen durchgesetzt.

Doch ist es das Marketing, das immer wieder Bälle auf den 11-Meter Punkt legt. Im Team lassen sich viel einfacher viele Tore schießen, als wenn der Vertrieb allein um den Sieg kämpft.

Wenn Marketing + Vertrieb zusammenarbeiten und am gleichen Strang ziehen, lässt sich der Erfolg fast nicht mehr verhindern.





Fragen oder Feedback?

Lass uns gerne persönlich miteinander sprechen.

Dein Wolfgang

Vereinbare deinen Termin zum Gespräch über diesen Link:

 schultz-digital.com/termin

SCHULTZ Digital