

Best Practice in Marketing

Management Focus Group

“Lead Management & Segment of One”

“Selling to people who actually want to hear from you is more effective than interrupting strangers who don’t.”

Seth Godin

Auch wenn die Aussage von Seth Godin noch so trivial erscheint, ist deren Umsetzung eine der schwierigsten Aufgaben für Marketing und Vertrieb – nämlich die Identifizierung derjenigen Kunden, die von einem hören wollen und die Überführung dieser hin zum Kauf. Anhand eines einfachen Beispiels des Telefons möchten wir die Relevanz von einem professionellen Lead Management veranschaulichen: „Das Telefon ist der beste Freund des Verkäufers – doch der Kunde ist stets besetzt und schlecht gelaunt? Dank professionellem Lead Management konnten Verantwortliche Daten erheben, an welchen Tagen und um welche Uhrzeit sich Kunden am besten erreichen und zum Kauf animieren lassen. Empfohlen werden Mittwoch und Donnerstag zwischen 16:00 und 18:00 Uhr.

Neben den klassischen Methoden des Lead-Scorings oder der Lead-Priorisierung, welche eine Fokussierung der Akquise-Tätigkeit gewährleisten, werden wir uns in dieser Fokusgruppe insbesondere mit der Frage beschäftigen, wie sich diverse existierende und neue Datenquellen nutzen lassen, um Kunden schneller, gezielter und effizienter anzusprechen.

Dieser Fokus beinhaltet die richtige Auswahl der unternehmensspezifischen Instrumente zur Datensammlung und -verarbeitung wie etwa CRM-Tools oder Analytics-Software sowie die organisatorischen Voraussetzungen und Massnahmen die es braucht, um einen effizienten Sales-Funnel im Unternehmen aufzubauen und die Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb zu fördern.

Als weiterer wichtiger Punkt werden auch die Technologien und Möglichkeiten diskutiert, um personalisiertes Marketing zu optimieren und individuelle Produkte/Leistungsangebote zu ermöglichen.

Keywords

- Nutzung von Analytics: Umfassende Datenbasis und moderne Methoden der Auswertung zur Identifizierung wertvoller Kunden
- Bewertung und Priorisierung von Leads
- Effiziente Nutzung von CRM-Tools zum Cross und Up-Selling
- Organisatorische Veränderungen für optimales Lead Management
- Datenmanagement und Sicherheit in Marketing & Sales
- Technologien und Tools für personalisiertes B2B & B2C Marketing
- Erstellung von individualisierten Angeboten und Lösungen

Ihr Nutzen aus dieser Management-Weiterbildungsveranstaltung

- Zwei aufeinander folgende zweitägige Workshops an attraktiven Orten in der Schweiz (exkl. Unterkunft und Verpflegung)
- Erfahrene Moderatoren und Gastredner (Sie können Präferenzen bezüglich der Gastredner und des Inhalts vorschlagen)
- Erfahrungen mit Managern aus einer Vielzahl von Branchen austauschen
- Arbeiten Sie an Lösungen für Ihre eigenen Herausforderungen die Sie mit anderen Managern reflektieren und diskutieren

Teilnahme und weitere Informationen

- Zielgruppe: Business Development, Product Manager, Sales, Marketing Management
- Datum: **19. und 20. August 2020** (Hotel Vienna, Schaffhausen) **und 21. und 22. Oktober 2020** (Tbd, St.Gallen)
- Sprache: Deutsch
- Weitere Informationen zu dieser Weiterbildungsveranstaltung erhalten Sie bei Katja Söllner: katja.soellner@unisg.ch; +41(0)71 224 28 73
- Wenn Sie an einer Teilnahme an diesem Seminar interessiert sind, kontaktieren Sie bitte Ihren Unternehmenskoordinator.

