

LEADMANAGEMENT

STRUKTURIERT UND SCHNELL VOM LEAD ZUM KUNDEN

Optimieren von Prozessen rund um die CRM Lösung

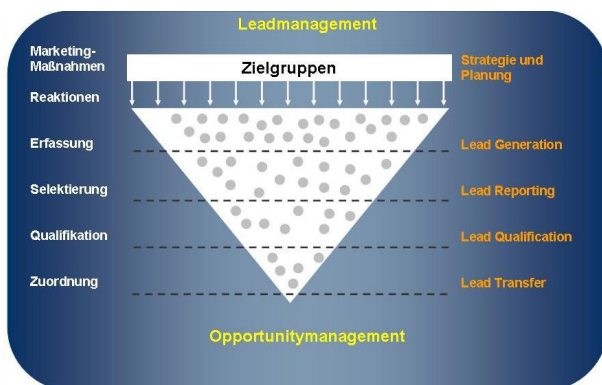
Ziel dieses Workshops ist es, einen fundierten Einblick in das Leadmanagement zu gewinnen oder den bestehenden Leadmanagement-Prozess mit frischen Ideen zu versorgen.

In diesem Workshop erhalten Sie

- ▶ Informationen und Anregungen für ein grundlegendes Verständnis und eine erfolgreiche Gestaltung des Leadmanagements in Ihrem Unternehmen
- ▶ Methoden und Ansätze, Ihren Leadmanagement-Prozess nachhaltig zu verbessern
- ▶ Anleitungen zur Positionierung des Leadmanagements im allgemeinen Akquisitionsprozess
- ▶ Kostentreiber, Nutzen und die wichtigsten Erfolgsfaktoren

Erfolgsfaktor Leadmanagement—der Schlüssel zu mehr Effizienz im Vertrieb

In erfolgreichen Unternehmen zeigt sich, dass Leadmanagement nicht mehr nur operativer Aktionismus, sondern zu einer wichtigen Managementaufgabe geworden ist. So verspricht Leadmanagement die mit hohem Marketingaufwand angesprochenen Interessentenpotenziale optimal auszuschöpfen und gleichzeitig die Vertriebsaktivitäten auf die wirklich lohnenden Kundenpotenziale zu lenken. Die Kunst dabei ist, einen strukturierten Prozess zu definieren, der eine optimale Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb garantiert.



Praktische Elemente

Im praktischen Teil dieses Workshops werden anhand von Fallbeispielen die wichtigsten Elemente eines erfolgreichen Leadmanagement-Prozesses mit Ihnen erarbeitet.

Sie geben Antworten auf Fragen wie:

- ▶ Wie können Leads generiert werden?
- ▶ Wie sieht ein A, B oder C Lead in Ihrem Unternehmen aus?
- ▶ Wie trennt man die Spreu vom Weizen?
- ▶ Was ist in der Pre-Sales, Sales und After-Sales Phase zu berücksichtigen?

Allgemeine Elemente

Im allgemeinen Teil dieses Workshops erhalten Sie vertiefende Informationen zu Themen wie:

- ▶ Leadmanagement als professioneller Vertriebsbaustein
- ▶ Die allgemeinen Phasen im Leadmanagement-Prozess
- ▶ Checklisten zum systematischen Controlling der einzelnen Leadaktivitäten
- ▶ Wichtige Kennzahlen im Lead Reporting
- ▶ Verknüpfung mit vor- und nachgelagerten Prozessen

Workshopinfos

- ▶ ab 3 Stunden Vor-Ort Workshop für
- ▶ Führungskräfte aus Marketing, Vertrieb sowie Geschäftsführung zur
- ▶ Erhebung des Status Quo des eigenen Leadmanagements und
- ▶ Evaluierung der Potentiale für neue, frische Ideen im Leadmanagement

Weitere Aspekte, die in diesen Workshop integriert werden können:

- ▶ Inwieweit rechnet sich der Einsatz einer Customer Relationship Management (CRM) Lösung im Unternehmen?
- ▶ Die Verkaufspipeline als Grundlage für Prognosen und strategische Planung
- ▶ Planung und Durchführung von Marketingkampagnen