

Neue Konzepte zur volumenbasierten Nachfragegenerierung und zu volumenfähigen, effizienten Vertriebsprozessen im IT - Vertrieb

Aufgabenstellung:

Ein deutsches Softwareunternehmen mit dem Schwerpunkt der Entwicklung und des Vertriebs einer Projektmanagementsoftware hat bis dato seine Produkte über ‚klassische Vertriebskonzepte‘ an Großkunden vertrieben. Kontakte, Interessenten wurden beispielsweise über Messen und Roadshows generiert, Vertriebsmitarbeiter haben danach die Folgeaktivitäten (Produktpositionierung und –vorstellung, Angebotserstellung etc.) übernommen und durchgeführt. Durchschnittlich betrug die Durchlaufzeit eines Vertriebszyklusses von der ersten Kontaktaufnahme bis zum Abschluß 6 Monate, das durchschnittliche Abschlußvolumen lag bei 250Teuro. Das Softwareunternehmen hat nunmehr eine ‚Lightversion‘ der erfolgreich eingeführten Projektmanagementsoftware entwickelt und benötigt nun ein volumenfähiges, hocheffizientes neues Vertriebskonzept, welches sich maßgeblich in die folgenden Prozessschritte gliedern läßt:

- 1.) Nachfragegenerierung = ‚Demand Generation‘ – Contact to Lead
- 2.) ‚Lead Qualification‘ – Lead to Opportunity
- 3.) Opportunity Management – Opportunity to Close

Ziel ist es, innovative, umsetzbare und strategisch/taktische Konzepte für die jeweiligen Prozessschritte zu entwickeln, die sich für den Volumenvertrieb eignen.

Randdaten:

- Umsatz des Unternehmens: 40 Mio. Euro / Jahr;
- Anzahl Mitarbeiter gesamt: 300
- Anzahl Mitarbeiter im Vertrieb (heute): 45 Personen
- Organisation des Vertrieb (heute): 5 Vertriebsniederlassungen in Deutschland, starke Reisetätigkeit der Vertriebsmitarbeiter im deutschen Raum
- Aufgaben der heutigen Vertriebsmitarbeiter: Akquisition, Produktvorstellung, Angebotserstellung, Auftragsabwicklung, Auftragsnachfassung, regionale und überregionale Messe- und Ausstellungsaktivitäten, Eskalationsmanagement
- Anzahl Bestandskunden (heute): 1800;
- Planzahlen Neukunden 2007/2008 im Direktvertrieb: 100 (durchschnittliche Lizenzerlöse 250.000 Euro / Kunde); +5% mehr Kunden pro Folgejahr
- Planzahlen Neukunden 2007/2008 über neues Vertriebskonzept: 200 (durchschnittliche Lizenzerlöse 40.000 Euro / Kunde); +25% mehr Kunden pro Folgejahr für die nächsten 3 Jahre
- Erwartete Konversionsraten 30:10:3:1 (6000 Kontakte, 2000 Leads, 600 Opportunities, 200 Kunden in 2007/2008)
- Zur Verfügung stehendes Investitionsvolumen zum Aufbau der neuen Vertriebschiene: 2,1 Mio.pro Jahr für die nächsten 3 Jahre. Dabei ist der Einfachheit halber das Budget gleichmäßig auf die 3 Prozessschritte 1.) bis 3.) zu verteilen.