

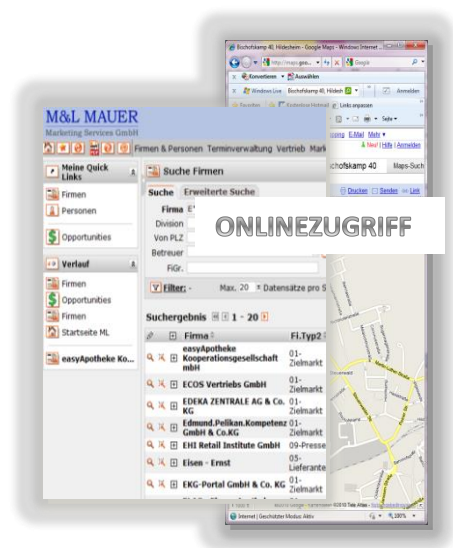
M&L DAS LEADMANAGEMENT SYSTEM ON DEMAND

Ausgangssituation:

- Die Sales Force Automation soll die Kundenbetreuung und die Potenzialausschöpfung in einem Vertriebskanal unterstützen und steigern
- Oftmals führen Vertriebsmitarbeiter ihre eigenen Karteien für die Kunden- und Potenzialdaten, Besuchs- und Kontaktergebnisse werden nicht ganzheitlich zum Kundenbild zugeordnet, Potenzialdaten und neue Leads kommen einzeln und subjektiv bewertet zum Einsatz
- Ursache dafür können einerseits fehlende CRM-Ansätze sein, aber genauso auch zu komplizierte und zu technisch orientierte Anwendungen
- Ziel ist es, die Mitarbeiter mit einer Lösung zu unterstützen, die den praktischen Marketingprozess im Vertrieb unterstützt und zentrale Sichten und Aktionen wirtschaftlich ermöglicht

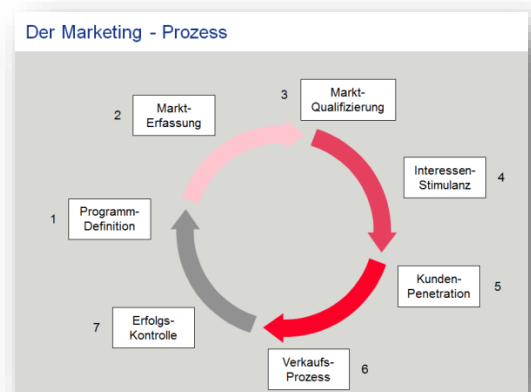
M&L Lösungen:

- Entwicklung und Einsatz einer vertriebswegsoptimierten Lösung, auf die jederzeit zugegriffen werden kann
- Einfacher Onlinezugriff ohne IT und Hardware
- Der einzelne Vertriebsmitarbeiter wird systematisch unterstützt, indem Kundendaten, Wiedervorlagen und Opportunity Management strukturiert angeboten werden
- Sicht auf Leadadressen, eigenen Kundenstamm, Kontaktpersonen, Besuchsplanung, Projektsteuerung, Termin- und Tourenplanung
- Aktionsadressen oder Potenziale sind zentral einspielbar
- Synergieeffekte durch portierbare Schlüsselinformationen auf andere Systeme



Vorgehen:

- Bestandsaufnahme und Gesamtkonzeption
- Entwicklung und Implementierung des LMS
- Betrieb, Hosting und Support
- Optional Beschaffung des adressierbaren Potenzials
- Beratung und Umsetzung in allen Phasen
- Weiterentwicklung und optional Aktionssupport



Nutzen:

- Umsatzsteigerung durch konzertierte Up- and Cross-Selling Maßnahmen und Leadbearbeitung
- Skalierbare Steuerungsmöglichkeiten für Ressourceneinsatz und Aktionsdurchführung, Kampagnen in Branchen, Zielgruppen etc.
- Überdurchschnittlich hohe Vertriebsakzeptanz durch Einbindung der Vertriebsmitarbeiter
- Sicherung von Unternehmensinformationen
- Kombinierbar mit bestehenden CRM-Strategien (Herstellerunabhängig)