



Erfolgreiche Strategien
zur Neukunden-Gewinnung
von Software-Lösungen
im KMU-Umfeld

Erfolgreiche Strategien zur Neukunden-Gewinnung von Software-Lösungen im KMU-Umfeld



Einleitung

Hersteller und Vertriebspartner von kaufmännischen Lösungen stehen vor vielfältigen Herausforderungen:

Vom digitalen Wandel über neue Vertriebskanäle bis hin zu veränderten Kundenanforderungen.

Dieses Whitepaper bietet praktische Einblicke und bewährte Strategien, um in einem wettbewerbsintensiven Markt erfolgreich zu agieren.



Ziel

Sie erhalten sofort umsetzbare Ansätze, um Ihr Geschäftsmodell zu stärken und neue Kunden effizient zu gewinnen.

1. Aktuelle Herausforderungen im Markt



Digitalisierung

Neue Technologien verändern traditionelle Vertriebsmodelle (z. B. Umstellung von Lizenz- auf SaaS-Modelle).

Handlungsvorschlag

- Entwickeln Sie Transition-Pläne für bestehende Kunden, die von klassischen Lizenzen auf SaaS umsteigen wollen.
- Schaffen Sie „SaaS-Enablement“-Pakete für Vertriebspartner, inklusive Pricing-Workshops und Schulungen zur Argumentation von Abo-Modellen.

Kundenerwartungen

Kunden verlangen integrierte Lösungen, kurze Implementierungszeiten und transparente Kosten.

Handlungsvorschlag

- Stellen Sie einen Pool von vorgefertigten Integrationslösungen bereit (APIs, Dokumentation).
- Entwickeln Sie ein Kundenportal, das Transparenz über Projektfortschritte und Kosten schafft.



Wettbewerb

Die Konkurrenz durch globale Anbieter nimmt zu, während regionale Anbieter Kundennähe als Vorteil ausspielen können.

Handlungsvorschlag

- Betonen Sie die Kundennähe in Marketingkampagnen („Wir sprechen Ihre Sprache“).
- Fördern Sie regionale Vertriebs-Events, bei denen Kunden und Partner direkt vernetzt werden können.



Customer Journey

Interessenten haben sich bereits vor einem ersten Termin umfangreich über Anbieter, Preise und Umsetzungsmöglichkeiten informiert.

Handlungsvorschlag

- Stimmen Sie ihre Customer Journey darauf ab, passen Sie dementsprechend Ihre Slide-Decks, die Inhalte der Gespräche und das Vorgehen an.
- Überprüfen Sie ihren Auftritt im Web. Dazu zählt Ihre Website, Portale auf denen Sie gelistet sind und die Rezensionen.

2. Strategien zur Neukundengewinnung



Effiziente Entwicklung des Vertriebsteams

Implementieren Sie klar strukturierte Sales-Programme mit messbaren Zielen. Regelmäßige Schulungen und Marketingunterstützung fördern aktive Verkäufer.

Handlungsvorschlag

- Führen Sie einen Sales-Prozess ein, der Mitarbeiter im Sales auf verschiedenen Levels anleitet und Anreize für Weiterbildungen schafft.
- Monitoren Sie jeden Stage des Verkaufs-Prozesses und schaffen Sie konstruktive Meetingformen um die Verkaufschancen regelmäßig zu besprechen.

Datengestützter Vertrieb

Nutzen Sie CRM-Systeme und Datenanalysen, um potenzielle Kunden gezielt anzusprechen.

Handlungsvorschlag

- Richten Sie automatisierte Leads-Scoring-Systeme ein, die potenzielle Kunden priorisieren.
- Implementieren Sie Dashboards, die Partnern Zugang zu Daten über Kundenverhalten und Markttrends geben.



Leadgenerierung

Social Media Tools wie z.B. LinkedIn bieten professionelle Möglichkeiten genaue Zielgruppen zu definieren und Reichweite in der Zielgruppe aufzubauen.

Handlungsvorschlag

- Entwickeln Sie mit ihrem Team Strategien wie jeder Mitarbeiter im Sales gezielt mit dem LinkedIn Sales Navigator sein Netzwerk ausbaut und sich als Know How Träger präsentiert
- Erarbeiten Sie eine Strategie wie man gezielt mit Content aus dieser Reichweitengruppe Interaktionen mit dem Sales generiert.



Content-Marketing

Whitepapers, Blogs und Webinare als Lead-Generatoren: Bieten Sie Mehrwert durch exklusive Inhalte.

Handlungsvorschlag

- Starten Sie eine Kampagne mit monatlichen Webinaren zu aktuellen Themen, um Leads zu generieren.
- Nutzen Sie A/B-Tests für Landingpages, um Whitepapers gezielt zu bewerben.

3. Erfolgsfaktor: Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern



Win-Win-Partnerschaften

Entwickeln Sie Modelle, bei denen Partner durch klare Anreizstrukturen motiviert werden.

Handlungsvorschlag

- Entwickeln Sie Boni, die an gemeinsam erreichte Quartalsziele gekoppelt sind (z. B. Umsatzsteigerungen, Kundenbindung).
- Stellen Sie Partnern Zugang zu exklusiven Tools oder Pilotprojekten bereit.
- Führen Sie ein Zertifizierungsprogramm ein, das Partner auf verschiedenen Levels auszeichnet und Anreize für Weiterbildungen schafft.
- Bieten Sie Co-Marketing-Möglichkeiten an, z. B. gemeinsame Veranstaltungen oder Werbekampagnen.

Transparenz

Teilen Sie Verkaufsdaten und Erfolgsgeschichten, um Vertrauen aufzubauen.

Handlungsvorschlag

- Führen Sie ein Partnerportal mit Echtzeit-Daten ein, das Verkaufszahlen, Erfolge und Feedback sichtbar macht.
- Veranstalten Sie vierteljährliche Partner-Updates, um Strategien abzustimmen und Erfolgsgeschichten zu teilen.



4. Checkliste für nachhaltigen Vertriebs Erfolg

Definieren Sie Ihre Zielgruppe präzise

Nur wenn Sie sich auf bestimmte Zielgruppen fokussieren, können Sie spitze, genau auf den Kunden abgestimmte, Kampagnen durchführen. Dabei ist es wichtig die Zielgruppe „abzuholen“ also dort anzusetzen, wo der potentielle Kunde steht um so den Weg zu Ihnen als zufriedenen Kunden Ihres unternehmen zu ebnet.

Handlungsvorschlag

- Stellen Sie einen Pool von vorgefertigten Integrationslösungen bereit (APIs, Dokumentation).
- Entwickeln Sie ein Kundenportal, das Transparenz über Projektfortschritte und Kosten schafft.
- Bereiten Sie technische und kaufmännische Migrationswege vor um so Kunden aus alten oder Wettbewerbslösungen schnell und effizient migrieren zu können.

Überprüfen Sie bestehende Vertriebskanäle regelmäßig

Märkte verändern sich. Das Kaufverhalten potentieller Kunden ebenfalls. Aber auch im Vertriebskanal selbst herrscht eine Dynamik. Darum macht es Sinn, die Vertriebskanäle regelmäßig auf Ihre Leistungsfähigkeit zu überprüfen.

Handlungsvorschlag

- Führen Sie wenn Sie einen indirekten Vertriebskanal haben, einen „Channel Health Check“ durch, um Leistung und Potenzial Ihrer Kanäle zu bewerten.
- Führen Sie einen „Sales Check“ ihres direkten Vertriebskanals durch um herauszufinden wie gut Ihr Vertrieb aufgestellt ist, wenn es darauf ankommt.
- Segmentieren Sie Ihre Partnerlandschaft und unterscheiden Sie auch im Partnermanagement wer mit wem zusammenarbeitet. Fokussieren Sie auf Ihre Top-Performer im Partnerkanal und setzen Sie dort ihre Top Partner Manager ein.

Investieren Sie in Partnerschulungen und Marketingtools

Die Möglichkeiten Ihr Team, sowie die Verkaufsteams Ihrer Vertriebspartner aus- und weiterzubilden werden durch moderne Methoden einfacher. Auch Marketingmaßnahmen werden immer wichtiger. Die Kundschaft ist heutzutage wesentlich besser informiert, Darum ist es wichtig eine moderne Customer Journey abzubilden.

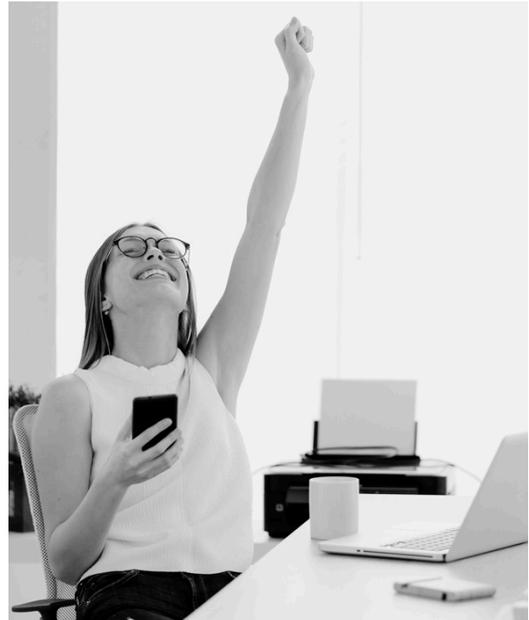
Handlungsvorschlag

- Entwickeln Sie On-Demand-Schulungen (E-Learning), die jederzeit verfügbar sind.
- Bieten Sie eine Content-Bibliothek an, die Partner für ihre eigenen Kunden verwenden können (z. B. Präsentationen, Case Studies).

5. Fazit

Das Whitepaper zeigt, wie Hersteller und Vertriebspartner im DACH-Raum langfristigen Erfolg erzielen können.

Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, um Ihre Strategien zu überdenken und gezielt zu handeln.



Downloaden Sie unseren kostenlosen „Sales Quick Check“ und analysieren Sie Ihre Vertriebspotenziale!