



Vertriebsunterstützung im B2B mit einem externen Partner

5 gängige Irrtümer und unsere Antwort darauf

Vorbemerkungen

Wann lohnt sich **Vertriebsoutsourcing** und wann nicht? Welche Gründe sprechen dafür? Und was sind die größten Irrtümer, wenn es um zeitgemäßes Vertriebsoutsourcing geht?

Im Folgenden erfahren Sie, wie externe Vertriebsunterstützung im B2B Ihr Unternehmen zum **Erfolg** führt.

Ausgangssituation

Wer kennt das nicht: Ihr internes Vertriebsteam und Ihr Außendienst leisten wertvolle Arbeit! Ihre Bestandskunden werden regelmäßig angesprochen und optimal betreut. Die persönliche Beziehung zwischen Ihren Bestandskunden und Ihren Vertriebsmitarbeitern ist das Ergebnis eines intensiven Austauschs. Und dies soll auch so bleiben!

ABER: Wie wird denn das Thema Neukundenakquise in Ihrem Unternehmen gelebt? Bleibt dieses Thema im intensiven Tagesgeschäft liegen?

Sowohl die **Bestandskundenpflege** als auch die **Neukundenakquise** sind für eine erfolgreiche Zukunft Ihrer B2B-Strategie sehr wichtig.

Mit einer erfahrenen und professionellen Vertriebsagentur an Ihrer Seite, erhalten Sie und Ihr Unternehmen passgenaue Unterstützung in schwierigen Zeiten.

EDITORIAL

Dialog Telemarketing aus Ulm hat seine Wurzeln in der Telefonmarktforschung und ist eine inhabergeführte **B2B-Agentur für Vertriebsberatung und Outbound Calls**.

Dialog Telemarketing ist auf **vertriebsunterstützende Kampagnen** für erklärungsbedürftige Produkte und anspruchsvolle Dienstleistungen spezialisiert.

Die beiden geschäftsführenden Inhaber, Ulrike Ströhle und Timor Distler, haben gemeinsam **mehr als 15 Jahre Erfahrung** in der Durchführung und dem Management von Telefonkampagnen im Outbound.

Deutschland- und **europaweit** führt unser erfahrenes Team Outbound-Kampagnen professionell, ziel führend, emphatisch und erfolgreich für namhafte Kunden aus Industrie und Handel durch.

Unsere erfahrenen Team- und Projektleiter sind Ihre persönlichen Ansprechpartner und wissen, wie man Telefonkampagnen **effizient** organisiert und managt.

Unsere **Vertriebsspezialisten** sind qualifiziert, kontaktfreudig und verfügen über das notwendige Maß an Empathie, um „das gewisse Etwas“ am Telefon auszustrahlen.

Erfolg durch Erfahrung in unterschiedlichsten Branchen und Zielgruppen runden unser Profil ab.

Sprechen Sie uns gerne an:

Dialog Telemarketing GmbH · Dreifaltigkeitsweg 13 · 89079 Ulm
0731 - 14 111 690 · info@dialog-telemarketing.de · www.dialog-telemarketing.de

So kommen Sie zu neuen Kunden

Ansprüche und Erwartungen von Kunden und Geschäftspartnern im B2B-Bereich verändern sich. Dies hat Einfluss auf Ihren Vertrieb, denn nicht alle Maßnahmen bleiben über Jahre hinweg erfolgreich.

Mit einer neuen Generation an Kunden und den technischen Möglichkeiten der digitalen Transformation haben Sie und Ihr Vertrieb neue **Herausforderungen** zu meistern, um erfolgreich zu bleiben.

Eine externe Hilfe ist ein **wertvoller Ansatz**, um neue Vertriebswege zu bestreiten. Dies gilt, neben einer umfassenden Betreuung Ihres B2B-Kundenstamms, besonders für die Gewinnung von Neukunden.

Die Akquise gehört zu den unangenehmen Tätigkeiten Ihrer hausinternen Vertriebsabteilung, die viel Zeit mit überschaubarem Erfolg in Anspruch nimmt.

Gründe für den Einsatz einer externen Vertriebsagentur

Die Gründe, die für die Beauftragung einer externen Vertriebsagentur sprechen, sind vielfältig. Wir sind uns sicher, dass einer oder mehrere der folgenden Punkte auch auf Sie zutreffen:

1. Einführung von neuen Produkt- oder Dienstleistungsangeboten
2. Zu wenig qualifizierte Leads füllen den Vertriebs-trichter
3. Zu wenig Neukunden tragen zum Umsatz bei
4. Betreuung und Entwicklung von C-/D-Kunden
5. Aktualisierung und Anreicherung von Bestandskundendaten
6. Cross-/Up-Selling bei Bestandskunden
7. Personalengpässe im internen Vertriebsteam
8. Zeitlich befristete Sonderprojekte oder Sales-Aktionen

Vorbehalte, die wir gehört haben

Immer wieder stoßen wir in Gesprächen mit Interessenten auf Vorbehalte, eine externe Vertriebsagentur einzusetzen. Daher ist es wichtig, über die möglicherweise vorhandenen Irrtümer aufzuklären:



Nr. 1: Vertriebsoutsourcing steht in Konkurrenz zum internen Vertriebsteam

Mitnichten! Die Fähigkeiten in Ihrem Vertriebsteam können nicht durch einen externen Partner ersetzt, wohl aber ergänzt werden. Als **ergänzender Partner** ist die externe Vertriebsagentur ein verlängerter Arm Ihrer eigenen Vertriebsmannschaft.

Durch eine geeignete Kommunikation sollte Ihrem Personal verständlich gemacht werden, dass der externe Partner interne Aufgaben zukünftig nicht komplett übernehmen wird.

Erfahrungsgemäß werden Leads von der externen Vertriebsagentur nach festgelegten Kriterien qualifiziert und anschließend an den Außendienst zurückgegeben. Somit wird der eigene Vertrieb nicht aus dem Unternehmen gedrängt.



Sprechen Sie uns gerne an:

Dialog Telemarketing GmbH · Dreifaltigkeitsweg 13 · 89079 Ulm
0731 - 14 111 690 · info@dialog-telemarketing.de · www.dialog-telemarketing.de



Das Ziel muss sein, dass das interne Vertriebsteam und der externe „Innendienst“ im Rahmen einer gemeinsamen Betreuung **partnerschaftlich** und **effizient** zusammenarbeiten.

Nr. 2: Vertriebsoutsourcing spart Kosten

Der Einsatz einer externen Vertriebsagentur darf keine Sparmaßnahme sein, sondern sollte als Investition in **zukünftigen Mehrumsatz** verstanden werden.

Ziel muss sein, neue Umsätze zu generieren – sei es durch Reaktivierung von C- oder D-Kunden oder durch die Erschließung neuer Märkte oder Zielgruppen.

Um das **Umsatzpotenzial** zu heben, benötigt es allerdings Geduld und Fleiß.

Erfahrungsgemäß sind 3 bis 6 Monate anzusetzen, bevor die ersten Umsätze tatsächlich fließen.

Ihr Nutzen

- Unmittelbare Erhöhung der **Motivation** Ihrer Vertriebsmitarbeiter durch **werthaltige Leads**
- Steigerung der **Bekanntheit** Ihres Unternehmens
- **Mehr Angebote** landen bei Ihren Zielkunden
- Langfristige **Umsatzsteigerungen** für Ihr Unternehmen
- **Sicherung** der Zukunft Ihres Unternehmens

Nr. 3: Vertriebsoutsourcing für einen kurzen Zeitraum testen

Geduld, Fleiß und eine gehörige Portion **Ausdauer** sind die geeigneten Zutaten, die Vertriebsoutsourcing erst erfolgreich machen.

Vergleichen Sie es am besten mit einem **Marathon**:

Über die Bereitstellung des Budgets, den Entwurf einer Strategie und die interne Kommunikation bis hin zur Auswahl eines externen Partners und der Schulung der externen Vertriebsspezialisten.

All diese vorbereitenden Schritte erfordern Durchhaltevermögen und Ausdauer, sind jedoch eine **lohnende Investition** in die Zukunft.

Nr. 4: Vertriebsoutsourcing ist ein Selbstläufer

„Wir können nicht nicht kommunizieren.“ Auch wenn das Zitat von Paul Watzlawick sich auf einen anderen Kontext bezieht, widerlegt es den Vorbehalt Nr. 4 doch sehr treffend.

Von Beginn an muss zwischen dem eigenen Vertrieb und der externen Vertriebsagentur eine **kontinuierliche Kommunikation** über die laufenden Prozesse und aktuellen Entwicklungen gelebt werden.

Wöchentlicher, bei zeitkritischen Anliegen auch täglicher Austausch über Chat, E-Mail oder Telefon sind die Basis für eine partnerschaftliche Zusammenarbeit.

Sprechen Sie uns gerne an:

Dialog Telemarketing GmbH · Dreifaltigkeitsweg 13 · 89079 Ulm
0731 - 14 111 690 · info@dialog-telemarketing.de · www.dialog-telemarketing.de

Nur so gelingt es, sofort auf Unstimmigkeiten seitens der (Ziel-)Kunden oder auch zwischen dem eigenen Vertrieb und der externen Vertriebsagentur angemessen zu reagieren.

Nr. 5: Durch Vertriebsoutsourcing wird internes Wissen abgezogen

Eher nein. Die beauftragten externen Vertriebs-spezialisten verfügen bereits über ein **detailliertes Markt- und Branchenwissen**, dass sie sich in vielen Kampagnen in den unterschiedlichsten Branchen und Märkten angeeignet haben.

Oft unterscheiden sich die Branchen gar nicht so stark, denn es kommt ganz besonders auf die empathische und eloquente Gesprächsführung mit der Zielperson an.

Fokus sollte der **partnerschaftliche Austausch** zwischen dem Auftraggeber und der externen Vertriebsagentur sein.

Dadurch entsteht ein gegenseitiger Wissensaustausch – schließlich verfügen beide Projektpartner über spezielle Erfahrungswerte und haben ein gemeinsames Ziel: **Mehr Umsatz mit zufriedenen Kunden!**

Fazit

Nur ein kooperativer Ansatz ist richtige Basis für den gemeinsamen Erfolg!

Ein kooperativer Ansatz hat die Anliegen beider Projektpartner im Blick und lässt sich mit 5 zentralen Punkten zusammenfassen:

- ✓ Vertriebsoutsourcing über eine professionelle Vertriebsagentur schließt die weitere Qualifikation Ihrer hausinternen Vertriebsmitarbeiter nicht aus.
- ✓ Langfristige Vertriebsstrategien sollten von den eigenen Mitarbeitern umgesetzt werden.
- ✓ Bei Personalengpässen oder anderen kritischen Situationen entlastet eine externe Vertriebsagentur effizient und professionell Ihre Vertriebsmitarbeiter.
- ✓ Beziehen Sie immer Ihre internen Vertriebsmitarbeiter mit ein. Diese wissen meist am besten, wo eine Entlastung wirklich effektiv ist.
- ✓ So entsteht ein solides Konzept für das Vertriebsoutsourcing, damit Ihr Vertrieb und die externe Vertriebsagentur jeweils ihren Teil zum langfristigen Erfolg Ihres Unternehmens beitragen.



Bildrechte: Pexels, Dialog Telemarketing



Timor Distler

Geschäftsführender
Gesellschafter

distler@dialog-
telemarketing.de

0731 14 111 690

Weitere Leistungen

- Potenzialanalysen
- Einwandbehandlung & Leitfadenenwicklung
- Adressbeschaffung & Zielgruppenrecherchen
- Unterlagenversand
- Adressaktualisierungen
- Messemarketing & Einladungsmanagement
- B2B-Marktforschung
- Mystery-Calls und Service-Checks
- Nachfassaktionen

Sprechen Sie uns gerne an:

Dialog Telemarketing GmbH · Dreifaltigkeitsweg 13 · 89079 Ulm
0731 - 14 111 690 · info@dialog-telemarketing.de · www.dialog-telemarketing.de