

Projekt

Entwicklung einer Vertriebsstrategie für ein Software-Unternehmen in Österreich

Strategieentwicklung für die Einsatzgebiete der Software-Lösung am deutschen Markt.

Das Unternehmen aus Graz entwickelt Softwarelösungen und Apps für verschiedene Branchen. Für eine neu entwickelte Lösung wurde eine Strategie für die Einsatzgebiete und eine Distributionsstrategie am deutschen Markt erarbeitet.

Ausgangslage:

- Inhabergeführte Firma
- Gegründet 2012
- 10 Mitarbeiter
- Firmensitz in Österreich
- Der Vertrieb wird vom Firmeninhaber bisher selbst unregelmäßig durchgeführt

Die Aufgabe:

- Strategieentwicklung für Einsatzgebiete der Software-Lösung am deutschen Markt
- Geeignete Vertriebspartner in Deutschland finden
- Beschaffung von Zielkundenadressen in Deutschland
- Erstellen eines Vertriebs- und Marketingplans
- Die Ansprache von Zielkunden in Deutschland vorbereiten

Die Umsetzung:

Strategie

Die Einsatzgebiete sowie Funktionalitäten der entwickelten Software, die Vermarktung, die Gestaltung der Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern sowie der Vergütungsform wurde ausgearbeitet.

Mitbewerber

Es wurde eine Mitbewerberübersicht erstellt und eine Mitbewerberanalyse durchgeführt.

Kundengewinnung

Für die Kundengewinnung wurden über 1.000 Zielkundenadressen beschafft und qualifiziert und ein Telefonleitfaden für die aktive Ansprache durch Telemarketing erarbeitet. Die erforderlichen Änderungen für die Leadgenerierung über die Internetseite wurden erarbeitet, Unternehmensprofile auf den Social Media Portalen XING und LinkedIn

erstellt sowie für Facebook vorbereitet. Google AdWords Kampagnen wurden erstellt sowie die Themen und Erscheinungstermine für Pressemitteilungen festgelegt.

Partnergewinnung

Die Wunschpartner für eine mögliche Zusammenarbeit in Deutschland wurden anhand von festgelegten Kriterien und einem Punktesystem ausgewählt. Marketingmaterial sowie die Angebots-, Vertragsentwürfe erarbeitet und ein Rechnungsstellungs-, und Vergütungsmodell erstellt.

Dauer:

- Febr. 2020 bis Sep. 2020

Ergebnis:

Alle notwendigen Vorbereitungen für die Ansprache von Zielkunden in Deutschland sowie die Gewinnung von potenziellen, geeigneten Partnern wurden abgeschlossen. Die Vertriebs- und Marketingmaßnahmen konnten planmäßig ab September 2020 entsprechend dem Vertriebs- und Marketingplan umgesetzt werden.