

Business Development

NEUE MÄRKTE FÜR HIGH-TECH

Die globale Vermarktung von hochwertigen Softwareprodukten zur Unterstützung von Produktentwicklungs- und Fertigungsprozessen (3D-CAD/CAE/CAM, VR, DMU, Datenkonvertierung, Simulation, Visualisierung) ist für alle Softwarehersteller eine große Herausforderung. Begriffe wie Marktanalysen, Gebietsanalysen, Zielmärkte, Margen, Händler, Distributoren, e-shops, Internet, Messen, PR, Werbung, Publishing, Lead-Generierung, Portale, Provisionen, CRM, Promotions, Telemarketing, usw. sind für die Hersteller eher fremd. Unsere maßgeschneiderten Dienstleistungen zur Geschäftsentwicklung helfen bei der Erschließung neuer Märkte und beseitigen potentielle Vertriebsdefizite.



VERTRIEB VON HIGH-TECH

Die globale Vermarktung von High-Tech Software zur Unterstützung von PLM Produktlebenszyklen mit 3D-CAD/CAM/CAE, Simulation, DMU, VR, PDM, Viersen, usw. stellt an die Softwarehersteller große Anforderungen. Erfolgrskritische Faktoren sind dabei:

- Starke Technikorientierung des Managements
- Geringer Bekanntheitsgrad der Unternehmen im globalen Markt
- Vernachlässigung vertrieblicher Prozesse und Investitionen zugunsten der Produktentwicklung
- Langsame Durchdringung von internationalen Märkten mangels Markt-Know-how, fehlenden Vertriebssystemen und Personal
- Geringes Interesse von Distributoren am Pioniervertrieb komplexer, erklärungsbedürftiger Produkte
- Überforderung von Vertriebspartnern durch komplexe Produkte und fehlende Vertriebsunterlagen
- Grobe handwerkliche Fehler im Vertriebstagesgeschäft

Hersteller haben gute Chancen, diese Mängel und Schwächen in den Griff zu bekommen. Hierzu müssen professionelle Vertriebs- und Marketingmitarbeiter gewonnen und längerfristige Geschäfts- und Distributionspläne entwickelt und verfolgt werden. Als Ergänzung können professionelle Dienstleister engagiert werden, die gezielt, kosteneffizient und flexibel mithelfen, die Absatzschwächen zu beseitigen.

4PhasePIP (4 Phasen Product Introduction Program) ist ein von ConWeb GmbH entwickeltes mehrstufiges Dienstleistungsportfolio zur Organisation und Optimierung von direkten und indirekten Vertriebssystemen.

4PHASEPIP

4PhasePIP ist ein von ConWeb entwickeltes, modulare, phasenorientiertes Dienstleistungskonzept, das der Erschließung von Zielmärkten mit High-Tech Produkten dient.

PHASE 1: GEBIETS- UND MARKTANALYSE/ COMMERCIAL DUE DILIGENCE

Die genaue Kenntnis von Zielmärkten ist eine wichtige Voraussetzung für vertriebliche Erfolge. Dienstleistungen in dieser Phase sind:

- Geographische Marktanalysen
- Wettbewerbsanalysen
- Bewertung vorhandener Absatzsysteme
- Commercial Due Diligence

Nur wenn Hersteller klare Vorstellungen über schon bestehende Vertriebsstrukturen in regionalen Märkten besitzen sind realistische Absatzpläne möglich.

PHASE 2: ZIELMARKT-PILOTMASSNAHMEN

Nach erfolgter Festlegung auf einen oder mehrere geographische Zielmärkte, z.B. bestimmte europäische Länder werden in diesen Märkten Pilotkunden als Referenzen geworben. Gezielte PR-Maßnahmen zur Information der lokalen Marktteilnehmern sollen Interesse an den Produkten wecken. Dienstleistungen in dieser Phase sind u.a.:

- Telemarketingmassnahmen zur Rekrutierung potentieller Pilotkunden
- Mailings an Zielkunden
- Aufbau von Pressekontakten und Erstellung eines Presseverteilers

Das Ergebnis ist ein gewisser Bekanntheitsgrad des Produktes im lokalen Zielmarkt. Dies erleichtert den Aufbau eines Händlersystems in Phase 3.

PHASE 3: VERTRIEBSPARTNER-SUCHE

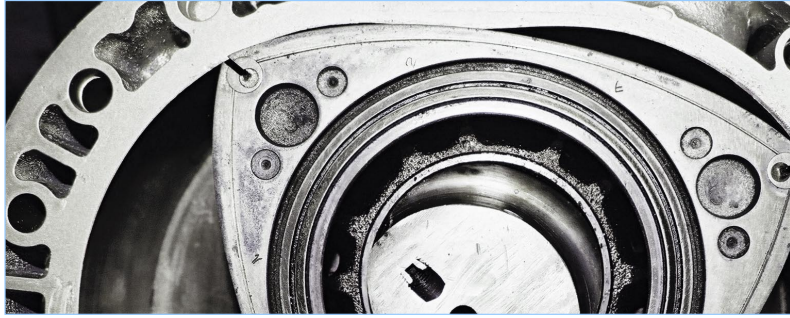
Pilotkunden im Vertriebsgebiet fördern die Suche von Vertriebspartnern, denn Händler und Distributoren scheuen generell eigene Markterschließungsmaßnahmen ohne Engagement des Herstellers. Potentielle Dienstleistungen sind:

- Rekrutierung von Händlern
- Training der Vertriebspartnern
- Aufbau von Sponsoren
- Erstellung von Preislisten und Margenplänen

PHASE 4: VERTRIEBSPARTNERMANAGEMENT

Die Steuerung und Betreuung Vertriebspartnern stellt ein wichtiger Faktor für den Erfolg indirekter Vertriebssysteme dar. Aktivitäten in dieser Phase sind u.a.

- Händlertraining
- PR-Maßnahmen, z.B. Messen
- Lead-Generierung/Agentur
- Aufbau eines Forecast- und Reportingsystems
- Realisierung eines Auftragsabwicklungssystems/Order Fulfillment



Dienstleistungskomponenten

4PhasePIP besteht aus einer modularen Sammlung von Methoden und Praktiken ("*best practice*"), die nach Bedarf rekonfigurierbar sind.

1. Marktanalysen

Marktanalysen dienen dazu, sich einen verlässlichen Einblick in einen regionalen Zielmarkt zu verschaffen. Beispielsweise können bei einem Markteintritt eines neuen Softwareherstellers in Italien die vorhandenen Anbieterstrukturen, deren Marktanteile und die Arbeitsweise der schon vorhandenen Vertriebspartner von großer Wichtigkeit sein. In Zusammenarbeit mit unseren internationalen Partnern in fast allen europäischen Ländern, aber auch in den USA, Japan und Korea können Marktanalysen durchgeführt, die Informationen zu folgenden Parametern liefern:

- Zielmarktgröße
- Anbieterstruktur
- Lokale Hersteller
- Pressestruktur
- Marktbeeinflusser
- Vorhandene Händlersysteme
- Einstellung der Marktteilnehmer gegenüber neuen Anbietern

Marktanalysen werden individuell angeboten und bedienen sich je nach Aufgabenstellung folgender Methoden:

- Telemarketing
- Live-Interviews
- Internet-Recherchen
- Auswertung von Messebesuchen
- Experten-Interviews
- Interviews mit Kunden von Wettbewerbssystemen
- Audits und Expertenforen

2. Telemarketing/Telesales

Telemarketing bzw. Telefonmarketing ist ein nicht mehr wegzudenkendes Marketing-Instrument zur schnellen und kostengünstigen Erfassung von Daten und Informationen zum Markt.

Telemarketing für hochwertige Investitionsgüter muss sorgfältig geplant werden, da die Zahl potentieller Kontakte sehr limitiert ist und ein aussagekräftiger Telefonkontakt einen fachkompetenten Interviewer sowie einen motivierten Interviewteilnehmer voraussetzt. Eine Telemarketingaktion wird in mehrere Phasen eingeteilt:

- Selektion der Zielgruppe und der Zielkontakte
- Auswahl und Aufbereitung der Adressdaten
- Erstellung eines Interviewskripts
- Durchführung der Interviews
- Dokumentation der Interviews
- Pflege der Adressdatei
- Abschlusspräsentation beim Auftraggeber

Telemarketingaktionen können u.a. für folgende Ziele eingesetzt werden:

- Messung der Kunden/Händlerzufriedenheit
- Ermittlung von "Straßenpreisen"
- Wettbewerbsstudien
- Leadgenerierung/Akquisition
- Kundenbindungs- und Kundenbetreuungsprogramme
- Einladung zu Veranstaltungen
- Messung der Reaktion von Zielgruppen auf neue Produkte oder andere Veränderungen

3. Agentur

Hochkomplexe und stark erklärungsbedürftige Produkte, z.B. Fahrsimulatoren, die Hersteller in einem lokalen Markt, nur in geringen Stückzahlen verkaufen können, rechtfertigen nicht den Betrieb von lokalen Niederlassungen. Potentielle Vertriebspartner sind in der Regel überfordert und zeigen aufgrund finanzieller Risiken kein Interesse an einer Entwicklung des Marktes. Eine Agentur kann folgende Aufgaben übernehmen:

- Betreuung von Vertriebsprojekten
- Lead-Generierung/Lead-Verfolgung
- Kontaktpflege zum Endkunden
- Pflege von Pressekontakten/PR
- Repräsentanz des Herstellers

Die Agentur übernimmt nur die lokale vertrieblichen Aktivitäten des Herstellers jedoch nicht die technische Betreuung von Interessenten und Kunden. Agenturen unterstützen eine lokale optische Präsenz des Herstellers im Markt. In Abstimmung mit ConWeb kann die Agentur reibungslos in eine eigenständige Vertriebsniederlassung überführt werden, wenn aus der Sicht des Herstellers ein stärkeres lokales Engagement finanziell gerechtfertigt ist.

Internationale Partner

Bei der Durchführung von internationalen Dienstleistungsprojekten kann ConWeb auf ein Netzwerk von ausländischen Partnern zugreifen und Projekte flexibel und kostengünstig realisieren. Partner stehen in Frankreich, UK, Italien, Spanien, Türkei, Tschechien, Schweden, USA, Japan, Korea mit einem zu ConWeb vergleichbarem Dienstleistungsportfolio zur Verfügung.

Referenzen/Kunden

Seit der Gründung von ConWeb GmbH 1997 wurden zahlreiche Projekte zur Verkaufsförderung und Marktentwicklung für namhafte Unternehmen durchgeführt:

- Compaq Europe (Analyse der Absatzmöglichkeiten für Workstations im Autodesk-Kundenumfeld)
- Französischer Fahrsimulatorhersteller (Agentur in Deutschland)
- Unisys, Japan (Europäische Markteinführung des 3D-CAD/CAM-System CADCEUS/TOGO)
- Lattice, Inc. (Europäische Marktstudie zu XXL)
- Japanischer Automobilhersteller (Ermittlung europäischer Lieferanten von Aluminiumteilen)
- Japanischer Automobilhersteller (Kontaktaufbau zu europäischen Werkzeugherstellern)
- Deutscher Automobilhersteller (Marktstudie zu den Vermarktungschancen für ein hauseigenes VR-System)
- Cambashi, Ltd. (regelmässige Telemarketingprojekte zu Strassenpreisen von CAD-Produkten und Grossformatplottern, Untersuchungen zu PDM-Systemen, AEC/GIS-Systemen)
- Unisys, Japan (Europäische Markteinführung eines High-End Rendering-Systems eines japanischen Automobilherstellers)
- Deutscher Automobilbauer (Untersuchung von 3D-Publishing-Systemen)

ConWeb

3D Everywhere.....