

Success Story

Schon von Beginn weg
tickten wir ähnlich.



Raoul Julien
CEO

*„Konstanz,
Freundlichkeit und
Professionalität zahlen
sich aus – früher oder
später“*

Der Kunde

Die ipeak Infosystems GmbH wurde von Rolf Hischier, Marco Weis und Raoul Julien gegründet und ist ein Unternehmen für digitales Marketing und Kommunikationsmanagement. Ihre digitale Lösung generiert neue Erlebnisse – und garantiert den Austausch zwischen Ihnen als Anbieter und Ihren Gästen, Touristen, Kunden, Mitarbeitern, Bewohnern, Patienten, Klienten etc..

ipeak liefert relevante, individuelle, qualitativ hochwertige und stets aktuelle Inhalte – und verteilt sie wirkungsvoll auf Ihre digitalen Medien. Die Lösungen der ipeak mit aktuellen und interaktiven Inhalten stehen mittlerweile in vielen Hotels, Touristbüros, Kliniken, Banken etc.

Die Ausgangslage

Im April 2011 suchte die ipeak Infosystems GmbH eine Agentur, welche für sie die Neukundenakquise übernehmen würde. Als kleine Firma waren sie voll in das Tagesgeschäft eingebunden und fanden keine Zeit für eine systematische Neukundenakquise.

Julien: *„Es war ein Versuch, weil wir nicht wussten, ob das klappen würde. Unsere Ansprüche waren hoch, denn die Agentur sollte ein Teil von uns sein, unsere Werte gegen aussen vertreten und unser Portfolio auswendig kennen. Sie sollte nicht aufdringlich rüberkommen und trotzdem sanften Druck ausüben können – aber wichtig war uns immer: Professionell auftreten!“*



Raoul Julen
CEO

*„Konstanz,
Freundlichkeit und
Professionalität zahlen
sich aus – früher oder
später“*

Warum MarketingPoint?

ipeak machte sich auf die Suche und evaluierte einige Agenturen. Überzeugt hat sie aber das Konzept der MarketingPoint und überzeugt haben sie vor allem die Menschen dahinter.

Julen: *„Schon von Beginn weg tickten wir ähnlich und wir fühlten uns gut aufgehoben. Das Management und die Agenten gaben sich sehr Mühe und begriffen unser Geschäftsmodell sehr schnell. Erstaunt hat uns vor allem das technische Verständnis der Projektleitung und der Agenten. Wir merkten schnell: Nicht nur der Chef sprach unsere Sprache – Leads und Neukunden zu generieren für IT-Themen und erklärungsbedürftige Produkte waren hier an der Tagesordnung.“*

Die Umsetzung

Um die Zusammenarbeit zu testen wurde ein Pilotprojekt mit einer begrenzten Anzahl Adressen aufgesetzt. Nach erfolgreichem Abschluss wurde ein Jahresprojekt (Permanente Leadgeneration) gestartet.

Julen: *„Von Beginn weg harmonierten wir gut und ‚unsere‘ Agentin vereinbarte qualitative Termine mit Potential. Natürlich gab es Korrekturen und Optimierungen wie immer in der Anfangsphase eines solchen Projektes aber sie wurden schnell und unkompliziert umgesetzt.“*

Im ersten Jahr konnten wir kein Projekt abschliessen, trotz der vielen Termine und der Offerten. Wir merkten, dass der Salesprozess bei manch einem doch länger dauerte als gewünscht und die externe Akquise begann sich erst in den Folgejahren so richtig auszuzahlen.“

Das Fazit

Julen: *„Unsere Abschlussquote nach einem Termin liegt bei circa 20%. Das scheint wenig, doch aufgrund der hohen Anzahl generierter Termine liegen wir damit trotzdem recht gut im Rennen. Wir machen Abschlüsse aus Kontakten, welche zum Teil vor 3 oder 4 Jahren ihren Anfang nahmen – durch ein erstes Gespräch, durchgeführt von MarketingPoint. Wir lassen auch ‚erkaltete‘ Leads nachfassen, also Besuche ohne weiteres Interesse‘ und sog. ‚kalte Offerten‘. Das hat sich bewährt, denn die Meinung in diesen Firmen kann plötzlich ändern. Und unser regelmässiges Nachfassen wird als professionell wahrgenommen. Dazu kommt, dass seit 5 Jahren dieselbe Agentin für uns tätig ist- sie gehört inzwischen sozusagen zur Familie.“*

Julen's Fazit: *„Geduld und Durchhaltevermögen sind bei der Akquise wichtig, egal ob sie selber oder durch Externe durchgeführt wird. Konstanz, Freundlichkeit und Professionalität zahlen sich aus – früher oder später. Die PLG (Permanente Leadgeneration) der MarketingPoint ist seit 7 Jahren die richtige Methode für uns.“*