

Success Story

Seit 2010 akquiriert
MarketingPoint für uns –
und das immer mit Erfolg.



Der Kunde

QBITS ermöglicht ihren Kunden den Einsatz vernetzter Informations- und Kommunikationstechnologien zur Unterstützung und Abwicklung geschäftlicher Prozesse.

Daniel Hotz ist Project Manager bei QBITS und beschreibt den Nutzen für ihre Kunden so: *„Der elektronische Datenaustausch und die automatisierte Weiterverarbeitung von Dokumenten und Daten, sowohl unternehmens-intern als auch zwischen Geschäftspartnern, reduziert Kosten, beschleunigt Prozesse und steigert die Daten- und Verarbeitungsqualität.“*

Die Ausgangslage

Hotz: *„Die laufende Neukundenakquise war und ist seit der Gründung von QBITS für uns sehr wichtig, denn nur so kommen wir zu neuen Kunden und neuen Projekten. Wir hatten aber rasch festgestellt, dass uns die Zeit dazu fehlte, da unser Fokus auf dem Daily Business lag und wir kein «Talent» haben, stundenlang Adressen durchzutelefonieren. So beauftragten wir schon früh dedizierte Firmen, die uns die Akquise abnahmen. Wirklich zufrieden waren wir aber nie. Das Verständnis der Materie und dadurch die Qualität der Leads und Termine liessen jeweils zu wünschen übrig.“*



Daniel Hotz
Project Manager

„Die Skepsis war gross und ich war nicht überzeugt, dass ein externes Call Center das erforderliche Know How und die Qualität aufbringen würde.“



Daniel Hotz
Project Manager

„Die Skepsis war gross und ich war nicht überzeugt, dass ein externes Call Center das erforderliche Know How und die Qualität aufbringen würde.“

Warum MarketingPoint?

Hotz: *„Als Thomas Schöni von der MarketingPoint AG mich im Jahre 2010 anrief und mir seine Dienstleistungen im Bereich der Neukundenakquise vorstellte, sträubte ich mich zuerst dagegen. Er liess aber nicht locker und schlussendlich konnte er mich zu einem ersten Termin überreden. Die Skepsis war aber immer noch da und ich war nicht überzeugt, dass ein externes Call Center das erforderliche Know How und die Qualität aufbringen würde.“*

Das erste Gespräch überzeugte mich dann aber. Ich stellte fest, dass Thomas Schöni auf meine Bedürfnisse einging, ein systematisches Vorgehen an den Tag legte und sich in der IT sehr gut auskannte.“

Die Umsetzung

Hotz: *„Nach dem Termin folgte dann das erste Projekt, sozusagen die Feuerprobe. Die bestand MarketingPoint mit Bravour. Auch das zweite Projekt, ein halbes Jahr später war erfolgreich. Ich war nun sicher, endlich den richtigen Partner gefunden zu haben.“*

Seit 2010 akquiriert MarketingPoint für uns nun bis zu zweimal pro Jahr Neukunden. Die Themen variieren -aber immer kann ich auf ihr grosses Know How, auf ihre Qualität und ihre Flexibilität zählen.“

Das Fazit

Hotz: *„MarketingPoint hat von Beginn weg unser Business verstanden und darum waren die Projekte auch von Anfang an erfolgreich. Die Einschätzungen über den Erfolg, also die Anzahl Termine und interessierten Kunden waren immer realistisch, eher manchmal zu defensiv. Ich musste aber auch lernen, dass viele Termine nicht automatisch zu vielen Abschlüssen führen -jedenfalls nicht sofort. Geduld war angesagt. Bis die ersten Projekte fakturiert werden konnten, verging etwas mehr als ein Jahr. Aber ab diesem Zeitpunkt konnten wir regelmässig ernten. Und eine weitere positive Erfahrung war, dass nebst den Sofortterminen auch jene Kunden interessant sind, die nicht sofort einen Termin vereinbarten -also die sogenannten B- oder C-Leads. Diese konnten wir nämlich zu einem späteren Zeitpunkt „warm“ nachfassen und fanden plötzlich da und dort offene Türen.“*

*Mein Fazit: Neukundenakquise zahlt sich immer aus, mal früher, mal später. Dazu braucht es etwas Mut, Zuversicht, eine langfristige Denkweise und vor allem → **den richtigen Partner an seiner Seite.**“*