


Success Story



Mit MarketingPoint hat CyberTech Engineering die Kaltakquise erfolgreich optimiert und die Sales-Pipeline nachhaltig gefüllt.



Pascal Soltermann
CEO & CSO

„Dank der Zusammenarbeit mit MarketingPoint ist die Lead-Generierung kein Kopferbrechen mehr für uns. Wir können uns voll und ganz auf unser Kerngeschäft fokussieren.“

Der Kunde

Die CyberTech Engineering GmbH aus Gwatt (Thun, Bern) entwickelt innovative Lösungen zur Vernetzung und Automatisierung von Industrieanlagen, die den Überblick und die Kontrolle über Maschinenparks deutlich erleichtern.

Ihre Software ermöglicht die einfache Integration verschiedener Maschinensteuerungen und verbessert die Produktionsprozesse durch Automatisierung und präzise Effizienzanalysen. Der persönliche und enge Kundenkontakt prägt dabei die vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Die Ausgangslage

Pascal Soltermann: «Wir waren mit der grossen Herausforderung konfrontiert, unsere Vertriebspipeline effizient und effektiv zu füllen, ohne erhebliche eigene Ressourcen in die Kundenakquise investieren zu müssen. Uns fehlte es an Zeit und Kapazität, um die erforderlichen qualifizierten Leads selbstständig zu generieren.»



Pascal Soltermann
CEO & CSO

„Dank der Zusammenarbeit mit MarketingPoint ist die Lead-Generierung kein Kopfzerbrechen mehr für uns. Wir können uns voll und ganz auf unser Kerngeschäft fokussieren.“

Warum MarketingPoint AG?

Pascal Soltermann: «Ich habe mich erneut für MarketingPoint entschieden, da ich bereits in meinem vorherigen Unternehmen erfolgreich mit ihnen zusammengearbeitet habe. Der enge Kontakt, die familiäre Atmosphäre und die regelmässigen Austausch sind wichtig, da wir die Themen für die Kaltakquise flexibel anpassen konnten. Ein grosser Vorteil ist, dass bei MarketingPoint immer dieselbe Person für uns telefoniert.»

Die Lösung

Pascal Soltermann: «Wir entschieden uns für die kontinuierliche Lead-Generierung durch MarketingPoint. So konnten wir nachhaltig Beziehungen aufbauen, besseres Kundenverständnis entwickeln und lernen, was funktioniert. Die Leads sind über das Jahr verteilt, was uns erlaubt, sie effizient zu bedienen und die Qualität der Akquise stetig zu verbessern.»

Die Umsetzung

Pascal Soltermann: «Seit 2021 arbeiten wir mit MarketingPoint zusammen. Zunächst fand eine Konzeptsitzung statt, um unsere Zielbranchen und -firmen zu identifizieren. Anschliessend führten wir ein Agenten-Briefing durch, bei dem die zwei Agenten geschult wurden, um sich besser mit unserer Firma zu identifizieren und Fragen zu klären. Daraufhin starteten wir die monatliche Akquise, welche jeweils 2.5 Tage / Monat beinhaltet. Nach den ersten 2,5 Tagen Akquise gab es ein Debriefing, um Fragen zu klären und Anpassungen vorzunehmen. Nach Bedarf finden jeweils weitere Debriefings statt, um die Qualität noch weiter zu steigern.»

Das Fazit:

Pascal Soltermann:

- «Mit MarketingPoint haben wir die Herausforderung der Kaltakquise gelöst, ohne zusätzliche interne Ressourcen aufzuwenden. Der kontinuierliche Aufbau von Leads gibt uns die Freiheit, uns auf unser Kerngeschäft zu konzentrieren.»
- «Durch die gleichbleibende Person, die für uns telefoniert, konnten wir ein besseres Verständnis für unsere Zielkunden entwickeln und nachhaltige Beziehungen aufbauen.»