

## [Projektbeispiel Business Intelligence]

### Der Auftraggeber

Die xxxxx AG ist ein auf Business Intelligence spezialisierter IT-Dienstleister mit aktuell über 200 Mitarbeitern und stetem Wachstum. Die alleinige Fokussierung auf BI in Verbindung mit einer tiefen fachlichen Expertise auf den notwendigen informationstechnischen und betriebswirtschaftlichen Feldern ermöglicht der xxxxx AG, Kundenprojekte schnell, kostengünstig und punktgenau umzusetzen. xxxxx verzichtet bewusst auf proprietäre Insellösungen kleiner Hersteller, sondern entwickelt auf der Basis von Standardplattformen von SAP und Microsoft zukunftssichere Lösungen, die den Kunden eine gute Investitionsrendite sichern. Oftmals schließt xxxxx vorhandene Lücken mit eigenen Lösungen und beweist die technische Brillanz durch nachträgliche Zertifizierungen seitens der Hersteller.

### Die Ausgangssituation

Mit Berufung eines neuen Vertriebsvorstands wurden neue Wachstumsziele im deutschen und schweizerischen Markt bestimmt. Für die dazu notwendige Leadgeneration wurde ein Partner gesucht, der große Kompetenzen im IT-Umfeld wie auch in BI- und speziell Finanzthemen nachweisen kann. Hier setzte sich die Sales Company in einem Testlauf gegen vier Mitbewerber erfolgreich durch.

### Das Projekt

Die Sales Company erstellte in enger Zusammenarbeit mit xxxx eine Vertriebsdatenbank mit hochaktuellen Daten. Dazu wurden über verschiedene Adressbroker und aus eigenen Daten die TOP 500- Unternehmen der DACH-Region selektiert und zunächst gegen SAP abgeglichen, um eine gezielte Ansprache der Target Accounts nach SAP- und MS-Portfolio zu ermöglichen. Weiterhin wurden im Vorfeld die Ansprechpartner für die erste Vertriebswelle ermittelt sowie weitere Kennziffern wie Anzahl Konzerntöchter oder Zugehörigkeit zu DAX/MDAX-Listung. Diese und weitere im Vorfeld definierte KPIs sollen jederzeit eine Erfolgsmessung des Projekts ermöglichen.

### Ergebnisse

Erste „Lucky Shots“ zu Projektstart bestätigten die Qualität der Vertriebsdatenbank. Im dritten Monat erreichte das Projekt den bis heute stabilen Leadkorridor von durchschnittlich 5,8 % durch Termine bei den definierten C-Level-Entscheidern. Monatliche Feedbackgespräche mit Vorstand und Vertrieb verzahnen die Teams und sorgen für den notwendigen Wissenstransfer auf beiden Seiten.

### Ausblick

Das Projekt ist mittlerweile um Einladungsaktionen und eine autarke Sales-Aktion für ausgewählte SW-Produkte für den Mittelstand erweitert.

#### Abstract:

#### Targetaccounts:

TOP 500, DAX und MDAX Unternehmen

#### Region:

D-A-CH

#### Projektstart:

Mai 2013

#### Target Persons:

CEO, CFO, COO, BI-Manager

#### Portfolio:

SAP und MS-Technologie  
Zertifizierte Konsolidierungs-Lösungen des Auftraggebers  
SAP BW, BCS, ECCS SAP Outsourcing

#### Projektumfang:

900 Entscheider Gespräche pro Monat durch ein festes Team aus 4 Vertriebsmitarbeitern

*Begeistert*

