

B2B Marketing & Vertrieb

Best Practice & Trends



Was Sie erwartet

Marketing-Strategie

Marketing-Tools

Vertriebs-Strategie

Alternative Vertriebswege

Preispositionierung

Wert(-schätzung)

Trends im Marketing

Trends im Vertrieb



Marketing-Strategie

- Zielgruppe kennen
- Teilzielgruppen an Kampagnenmöglichkeit definieren
- Bestandskunden
- Upselling
- Cross Selling
- USP
- Marketing-Controlling
- Stärken-Schwächen-Analyse?
- Besser: Nutzen-Analyse
- Nutzen verständlich formulieren



Marketing-Tools

my Best Of

- Social Media oder besser Business Media (Xing/LinkedIn)
- YouTube (2 min: Image/Werbung – 10/15 min: HowTo/Vergleiche)
- Google Updates (Unternehmensnamen eingeben/rechts unten im Firmenkasten bei Google die Updates eintragen, werden nach 7 Tagen gelöscht)
- Google Bewertungen
- Case Studies
- Netzwerke & Empfehlungsmarketing
- Mehrwertmarketing (echten Mehrwert, keine Abfragen)
- PR (redaktionelle Beiträge)



Medienwert- Analyse

| Zeitung | Größe | Anzeigenäquivalent | PR-Faktor | Wert in Euro |
|-----------------------------|----------------------------------|--------------------|-----------|--------------------|
| openPR | manuell | 1.900,00 € | 1,5 | 2.850,00 € |
| firmenpresse | manuell | 1.900,00 € | 1,5 | 2.850,00 € |
| news4press | manuell | 1.900,00 € | 1,5 | 2.850,00 € |
| offenes Pressportal | manuell | 1.900,00 € | 1,5 | 2.850,00 € |
| prinside | manuell | 1.900,00 € | 1,5 | 2.850,00 € |
| openPR | manuell | 1.900,00 € | 1,5 | 2.850,00 € |
| firmenpresse | manuell | 1.900,00 € | 1,5 | 2.850,00 € |
| news4press | manuell | 1.900,00 € | 1,5 | 2.850,00 € |
| offenes Pressportal | manuell | 1.900,00 € | 1,5 | 2.850,00 € |
| prinside | manuell | 1.900,00 € | 1,5 | 2.850,00 € |
| Bergedorfer Zeitung | 3spalt, 270 mm x 2,43 € inkl. 4C | 1.968,30 € | 3 | 5.904,90 € |
| Markt Glinde | 6spalt, 215 x 0,92 € + 4C | 1.661,52 € | 3 | 4.984,56 € |
| Markt Glinde | 6spalt, 215 x 0,92 € + 4C | 1.661,52 € | 3 | 4.984,56 € |
| Der Reinbeker | 3spalt, 273 x 0,98 € + 4C | 842,62 € | 3 | 2.527,86 € |
| Glinder Zeitung Sachsenwald | 4spalt, 265 x 1,59 € inkl. 4C | 1.685,40 € | 3 | 5.056,20 € |
| Bille Wochenblatt | 3spalt, 132 x 2,12 € inkl. 4C | 839,52 € | 3 | 2.518,56 € |
| Bille Wochenblatt | 2spalt, 195 x 2,12 € inkl. 4C | 826,80 € | 3 | 2.480,40 € |
| Gesamt | | | | 42.707,04 € |

Was sind Ihre PR-Texte wert?

Medienwertanalyse für PR-Texte der Peters-Kampagne

Die Medienwertanalyse zeigt an, welchen Wert die in den Zeitungen und online erschienenen Texte in Euro darstellen. Der Platz wird mit dem Preis

für Anzeigen verglichen und mit einem PR-Faktor multipliziert. Der PR-Faktor zeigt an, wieviel "besser" ein Text im Vergleich zur gleichgroßen

Anzeige beachtet wird. Bei Online-Medien geht man im Schnitt von einem Faktor von 1,5 aus, bei Print im Durchschnitt von Faktor 3.

So ergibt sich ein Text-Wert, den man bei den Zeitungen ohne Entgelt erreicht hat.



Vertriebs-Strategie

- B2B-Vertrieb: aufwendig - lange Akquisitionszyklen
- Bestandskunden: Kennt Ihr Kunde Ihr Portfolio? (Upselling + Cross-Selling)
- Hoher Aufwand für Neukunden-Gewinnung
- Ziel 1: weniger Aufwand – mehr Marge
- Ziel 2: weniger C-, mehr A-Kunden

Aber wie?



Vertriebs-Strategie

Durch Vertriebsfilter:

- Klare Positionierung: Welche Kunden will ich, welche nicht?
- Welche bringen eine gute Marge, welche nur viel Aufwand?
- Wer ist A-/B-/C-Kunde?
- Für welche Kunden bringe ich den meisten Nutzen?
- Wo haben wir also beide das beste Win-Win?

Dafür brauche ich passende Vertriebswege!



Alternative Vertriebswege

- Eigene Vertriebswege schaffen (von B2C lernen: Porsche Fahrschule)
- Netzwerk schaffen, an das ich C-Kunden abgebe
... und von denen ich A-Kunden bekomme!
- Durch mein Warum filtern:

Ihr Warum

Warum machen Sie als Unternehmer, das, was Sie tun?

Was ist Ihr Warum? Wen zieht das an?

(Elevator Pitch als Warum aufbauen)



Preis-Positionierung

Tipp 1

Vom Verkäufer zum Experten:

- Preisvergleichs-Spirale durchbrechen:
- Angebot abgeben? Nein danke, Sie haben ja schon mehrere Angebote.
- Wir sind meistens eher im oberen Preissegment, daher brauche ich kein Angebot abzugeben.
- Wir sind ausgebucht und können keine weiteren Kunden annehmen.
- Aber gerne kurz ein paar Tipps geben, worauf Sie bei Angeboten achten sollten.

Kein Verkäufer mehr – sondern Experte!
Sog erzeugen & unabhängig vom Preis machen



Preis-Positionierung

Tipp 2

Angebotsverknappung:

- Wenn ein Produkt gut, teuer, aber knapp ist
- Preis plötzlich nicht mehr im Vordergrund
- Warum: Verlustangst
- Angst, einen Vorteil zu verpassen



Preis-Positionierung

Tipp 3

Preisverhandlungen:

- Mengenrabatt: ja
- Menge senken: ja
- Im Preis heruntergehen: NEIN

**Den Preis bestimmt der Wert
Für Sie - und für den Kunden!**



Wert(-schätzung)

- Welche Wertschätzung bringen Sie der Tütensuppe von Aldi entgegen?
- Und welche der Gourmetsuppe im Glas beim Feinkosthändler?
- Sie müssen den Wert Ihres Produktes für sich erkennen
- + Kunde muss den Wert für sich erkennen
- So entsteht Sog-Wirkung
- Dann brauchen Sie weniger Push-Marketing
- Sie arbeiten dann mit Pull-Marketing (Sog wirken lassen)

Das spart Marketing-Budget!



Marketing-Trends

B2B-Portale:

- www.wlw.de
- <https://www.europages.de/>
- <https://www.lieferanten.de/>
- <https://www.madeingermany.online/firmenkunden/anbieter/b2b-projektagent>
- <https://www.sherlock-who.com/startPage.html>
- <https://www.orderfox.com/home/en.html> (für CNC Industrie)
- <https://chemondis.com/?locale=de> (für Chemie)



Marketing-Trends

- Podcasts auf
 - Eigener Website
 - Social und Business Media
 - Podcast-Plattformen
 - Für den Vertrieb zum Nachfüttern im Aquisse-Prozess
- XR
 - Onboarding
 - Marketing
- Fördermittel (Berater ohne Vorab-Beratungskosten suchen)
 - <https://www.zim.de/ZIM/Navigation/DE/Home/home.html>



Vertriebs-Trends

Der Anti-Verkäufer

- Als Verkäufer lernen, NICHT verkaufen zu wollen.
- Aus Kundensicht denken
- Auch mal von Sachen abraten
- Je weniger Verkauf, desto mehr Sog

Wahrnehmung als Experte statt als Verkäufer

Wie tickt Ihr Vertriebsteam?



Best Practice-Tipp

**Ausprobieren
&
Fragen stellen**

