

HANDLUNGSFÄHIGKEIT IM KOMPLEXEN B2B-LÖSUNGSVERTRIEB

Service Transformation | Buying Center | Strategischer Lösungsvertrieb

Ausgangslage

Führender internationaler Technologiekonzern (DAX-Unternehmen) mit wachsendem Fokus auf komplexe Service- und Managed-Service-Modelle im Telekommunikationsumfeld.

Technologisch leistungsfähige Lösungen trafen auf heterogene Buying-Center-Strukturen, unterschiedliche Entscheiderlogiken und steigende Anforderungen an Differenzierung und Nutzenargumentation.

Klassische produktorientierte Vertriebsansätze reichten nicht mehr aus, um komplexe Serviceangebote wirksam und entscheidungsfähig zu positionieren.

Lösungsansatz

Entwicklung eines strategischen Argumentations- und Vertriebsmodells zur systematischen Positionierung komplexer Serviceleistungen.

Konzeption Value Selling zur gezielten Ansprache unterschiedlicher Entscheiderperspektiven entlang von Finanzen, Technologie, Kundenbeziehung und Effizienz.

Entwicklung modularer Vertriebs-, Kommunikations- und Entscheidungsunterlagen für Account Management, Buying Center und Top-Management und Durchführung von Trainings für Sales Experten.



Strategische Vereinfachung von Serviceentscheidungen

Transformation technisch komplexer Service- und Kommunikationslösungen in klar verständliche Business- und Entscheidungsmodelle.

Fokus auf Klarheit in Nutzenargumentation und Entscheidungsführung: zielgerichtete Kommunikation, differenzierte Ansprache verschiedener Entscheiderrollen.

Durch die Verbindung von Technologie, Vertrieb und Entscheidungslogik entstand ein skalierbarer Ansatz zur erfolgreichen Positionierung komplexer Services.

Ergebnisse

Strukturierte Ansprache heterogener Buying Center und höhere Klarheit in Kundengesprächen.

Entwicklung modularer Vertriebs- und Entscheidungsunterlagen für komplexe Serviceangebote.

Verbesserte Anschlussfähigkeit von Technologie-Themen an Management- und Business-Perspektiven. Frühe Verbindung von CRM-, Kundenbeziehungs- und Entscheidungslogiken im Lösungsvertrieb.