

Case Study

Wie Hexagon seinen
Messelead-Management-
Prozess digitalisiert



Als führender Spezialist für Mess- und Fertigungslösungen hat sich Hexagon auf die Erfassung, Analyse und aktive Nutzung von Messdaten spezialisiert. Seine 20.000 Mitarbeiter setzen sich weltweit dafür ein, ihre Kunden aus den verschiedensten Branchen bei der Verbesserung der Effizienz, Qualität und Produktivität zu unterstützen. In der Region EMEA geht Hexagon regelmäßig pro Jahr auf 50 Messen mit einer Standgröße von bis zu 500 m².

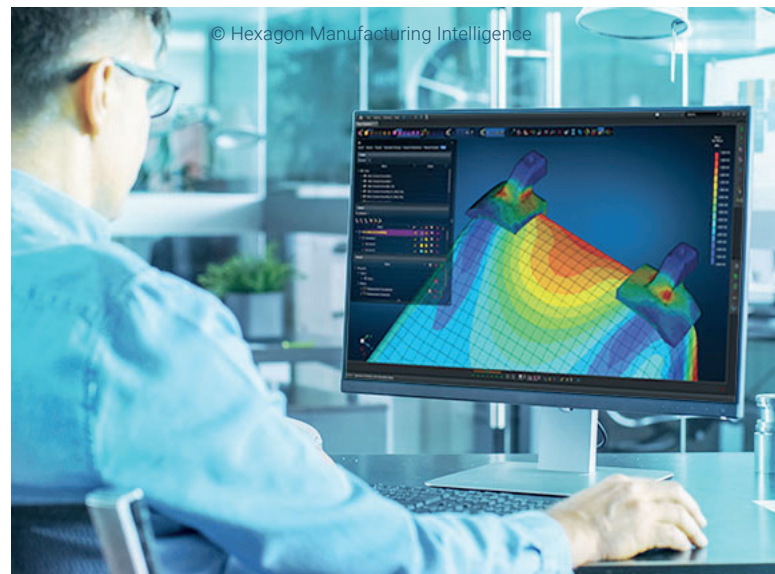
Ausgangssituation: Manuelle Lead-Erfassung und Datenabweichungen

In der Vergangenheit wurden alle Messegespräche, also Leads, durch die Vertriebsmitarbeiter auf traditionelle Weise mit Papierformularen dokumentiert und gesammelt. Dies führte im Nachgang zu Problemen bezüglich der Datenlesbarkeit und -konsistenz. Die manuelle Übertragung dieser Daten von Papier nach Excel und anschließend in das CRM nahm sehr viel Zeit in Anspruch. Dieser Ansatz war weder schnell noch automatisiert. Viele Leads wurden „kalt“, bevor die jeweilig zuständigen Vertriebsmitarbeiter nachfassen konnten.

Verbindung von Pardot und e1.MOBILE zur Erfassung von Lead-Daten in Echtzeit

Da Marketing Automation bei Hexagon eine wichtige Rolle während des langen Verkaufszyklus einnimmt, wurde nach Möglichkeiten die eigenen Messeaktivitäten mit Digital Marketing und Lead Nurturing vor oder nach der Messe zu kombinieren gesucht. Konkret resultierte aus diesen Überlegungen die Anforderung einer digitalen Messelead-erfassung mit einer direkten Anbindung an die bereits bei Hexagon eingesetzte Marketing Automation-Lösung Pardot. Das ausgegebene Ziel war die auf Veranstaltungen generierten

Hexagon brauchte eine Lösung, die es Marketing & Vertrieb ermöglichte, den Lead-Flow-Prozess zu transformieren und zu beschleunigen, den Lead-Import in der Region EMEA mit deren zahlreichen Ländergesellschaften zu automatisieren und die rechtzeitige Lead-Nachverfolgung über Marketing Automation nach einer Messe bestmöglich zu unterstützen.



Leads schneller als bisher zu sammeln, zu pflegen und alle Leads an Pardot bzw. die vertriebsreifen Leads an den Vertrieb und das dort eingesetzte Salesforce CRM zu übergeben.

Hexagon entschied sich nach einem langen Auswahlprozess, welcher intensiv vertrieblich von Thielmann Consulting begleitet wurde, für die entergon-Lösung e1.MOBILE zur Abbildung des digitalisierten Lead-Flow-Management-Prozesses.

Marcel Brand, Senior Director Global Marketing & Kommunikation, beschrieb die Entscheidung wie folgt: „Durch die Kombination von Pardot und e1.MOBILE in EMEA können wir unsere Nachverfolgungszeit erhöhen und die Bedürfnisse unserer Kunden sofort erfüllen.“

Folgende Vorteile bietet das Pardot-API Schnittstellen-Frameset der e1.MOBILE Lösung:

➤ **Bidirektionale Synchronisation zwischen Pardot und Lead App e1.MOBILE**

Durch die produktive Inbetriebnahme der API stehen die Lead-Daten nach der digitalen Erfassung der Visitenkarte und der Gesprächsnotizen in der App durch die Vertriebsmitarbeiter anschließend in Pardot fast in Echtzeit zur Verfügung. Die Daten sind nicht nur sofort im Dashboard sichtbar, sie können auch entsprechend ihres Leadscores in passgenauen Lead Nurturing-Kampagnen in Pardot weiterverarbeitet werden.

➤ **Individuell anpassbare Fragebögen und App-Layout**

Das innovative App-Content-Management-System der entergon-Lösung ermöglicht es Hexagon, das App-Design gemäß dem eigenen Corporate Design zu konfigurieren. Dies sorgte für einen hohen Wiedererkennungswert und führte zu einer schnellen und hohen Akzeptanz durch das Standpersonal und die Vertriebsmitarbeiter.



© Hexagon Manufacturing Intelligence

➤ **Zusätzliche Nutzung als Präsentationswerkzeug während der Messe**

Neben der digitalen Erfassung der Kontakt- bzw. Leaddaten suchte Hexagon eine Lösung mit der Kunden situationsbezogen, je nach Schwerpunkt deren Bedarfssituation und Interesses, passende Lösungen demonstrieren zu können. Die in der App ebenfalls umfangreich und strukturiert zur Verfügung gestellten Präsentationen dienen hier sowohl für Präsentationen als auch als zielführende Einordnung, um jeden Lead nach der Messe in die adäquate Engagement-Kampagne zu übergeben.

Weitere Details zum Zusammenspiel mit der Marketing Automation-Lösung Pardot

Ziel aller Gespräche auf Messen und anderen Live Marketing-Touchpoints wie Open House oder Road Show-Veranstaltungen ist es, bei seinen Gesprächspartnern sowohl Begeisterung für die eigene Marke und die passenden Produkte zu erzeugen als auch möglichst viele entscheidungsrelevante Anforderungen und Kriterien von diesen zu erfahren und zu dokumentieren.

Ein sich anschließendes Lead Nurturing, inklusive eines Lead Scorings auf der Grundlage erfasster Gesprächsnotizen und Bewertungen, ist eine sehr gute Möglichkeit festzustellen, ob Gesprächspartner bereits „vertriebsreif“ sind und damit mit ihnen zeitnah ein Verkaufsgespräch geführt werden sollte. Da ein Teil der Messebesucher in der Regel noch nicht „vertriebsreif“ ist, d.h. deren Kaufentscheidung nicht in den nächsten Wochen erfolgen wird, werden diese Leads bei Hexagon per entsprechende Kampagnen solange begleitet, bis sie ebenfalls als „vertriebsreif“ als „Sales Accepted Leads“ (SAL) an den Vertrieb übergeben werden können.

Lead Nurturing ist - nach der Veranstaltung selbst - die wichtigste Maßnahme, um das Beste an Umsatzpotenzial aus der Messe herauszuholen und steigert damit entsprechend den (digitalen) ROI. Für Hexagon ist es entscheidend, den Lead Nurturing-Prozess nach einer Veranstaltung an alle Besucher zeitnah, z.B. mit einer Dankes-Botschaft zu beginnen.

Entsprechend der strukturiert erfassten Gesprächsnotizen, welche über eine API aus der Leaderfassungslösung e1.MOBILE an Pardot übergeben werden, erhalten die Messebesucher die für sie relevanten, dynamisch aufgebauten Inhalte. Eine der Vorteile der Pardot-Lösung ist zudem das automatisierte Versenden von Inhalten in der richtigen Sprache auf der Grundlage der gesammelten Daten. In der Region EMEA mit ihren verschiedenen Sprachen ist dies ein wichtiger Parameter für den Erfolg der Kampagnen.

Mit der Dankes-Nachricht als erste Folgekommunikation nach dem Messebesuch beginnt die automatisierte Customer Journey in Pardot. Auf Basis der mit dem Messebesucher besprochenen Themen und weiteren gemessenen Touchpoints folgen kontinuierlich themen- oder produktbezogene Schritte. Diese basieren auch in Abhängigkeit der in Pardot abgebildeten kommerziellen Ziele der einzelnen regionalen Märkte.

Schlussfolgerung

Technisch zuverlässig, schnell und zeitsparend, führte die Kombination von Pardot und der entergon-Lösung nicht nur innerhalb kürzester Zeit zu einer hohen Akzeptanz bei den Vertriebskollegen, sondern spart im Vergleich zum alten Ansatz massiv interne Kosten ein. Der ROI der Investitionen war in kürzester Zeit gegeben. Der immer gegebene qualitativ hochwertige Support von entergon und Thielmann Consulting verstärkte den guten Gesamteindruck, sodass aktuell ein weltweiter Roll-Out der Lösung vorbereitet wird.



Thielmann Consulting

Lutz Thielmann,
Senior Consultant Marketing Automation,
Thielmann Consulting

<https://www.linkedin.com/in/lutz-thielmann>
https://twitter.com/leadgen_digital

Thielmann Consulting mit Sitz in Karlsruhe führt Industrieunternehmen als herstellerunabhängiger Ansprechpartner und Berater sicher durch das breite Feld einer auf mehrere, parallel Kanäle setzende Geschäftsanbahnung im B2B. Diese wird zunehmend vom ersten Kontakt bis hin zum vertrieblichen Abschluss von IT unterstützt werden. Thielmann Consulting unterstützt dabei seine Kunden nicht nur beratend, sondern auch operativ in der Umsetzungsphase.

Thematisch deckt Thielmann Consulting die ganze Bandbreite des Leadmanagement, über Content Marketing und Leadkampagnen bis zu Lead Nurturing und Lead Scoring Konzeptionen ab. Thielmann Consulting ist seit Anfang 2013 Vertriebspartner von entergon.

www.thielmann-consulting.de



Robert Gassmayr,
Digital Marketing EMEA,
Hexagon Manufacturing Intelligence

<https://www.linkedin.com/in/robertgassmayr/>
https://twitter.com/robert_gassmayr

entergon

PASSION IN PROCESS

Die **entergon GmbH & Co. KG** ist ein führender Cloud- und Full-Service-Anbieter für Digital Signage-, Mobile App- und Web-Lösungen. Die cloud-basierte entergon-Suite unterstützt bei der persönlichen Kommunikation und digitalen Lead Generierung am Point-of-Contact, auf Messen und Events, in Hotels, Schulungszentren, im Einzelhandel und im Außendienst. Der modulare Aufbau der entergon-Suite garantiert, dass sämtliche gewünschten Use Cases zur Lead Generierung am Point of Contact bis zum kontinuierlichen Lead Management über eine Plattform abgebildet werden können. entergon GmbH & Co. KG betreut über 450 Business-to-Business Kunden in diversen Branchen. Die innovativen Produktlösungen sind bereits mehrfach ausgezeichnet worden.

www.entergon.de