



Projektbeispiel mod IT GmbH

Steigerung Marketing-
und Vertriebs Erfolg in
einem gesättigten Markt

mod  IT Services
Für den Mittelstand.



Kundenorientiert aufstellen.

Mehr als 86.000 IT-Service-Unternehmen buhlen um die Gunst potenzieller Kunden – auch ein in Einbeck und Hannover ansässiger IT-Dienstleister mit 65 Mitarbeitern. Er verordnet sich einen ambitionierten Wachstumskurs und geht auf die Suche nach den richtigen Strategien.



Thomas Scheuer
Dipl.-Betriebsw. (FH), Marketing-
betriebswirt und Geschäftsführer
der Scheuer Marketingberatung

scheuer@marketingberatung.de

„ Das Angebotsportfolio schlüssig auf die Anforderungen der konkret definierten Zielgruppe zuzuschneiden war für die mod IT GmbH der Schlüssel zum Erfolg – auch für die Wirksamkeit anderer Marketinginstrumente.

Denn ob Vertrieb oder Kommunikation – ohne die nötige Überzeugung und Alleinstellung bliebe die mod IT austauschbar. So aber kann sie überzeugen und ihre Mitarbeiter hinter sich lassen. „

Die Ausgangslage

Der Status quo der mod IT GmbH ist durchaus gewöhnlich für IT-Dienstleister und doch führte es zur positiv wirkenden Unzufriedenheit bei Geschäftsführung und Gesellschafterin: viele Mitbewerber, daraus erwachsende schwierige Vertriebsaktivitäten und eine starke Ausrichtung auf die Anforderungen des Hauptkunden.

Der im Rahmen eines Management-Buy-outs gegründete IT-Dienstleister erbringt für den ursprünglichen Mutterkonzern einen Großteil der Leistungen einer IT-Abteilung im Rahmen eines Business-Process-Outsourcings. Dies bietet wirtschaftliche Stabilität, jedoch auch Ressourcenbindung und Abhängigkeit.

Deshalb möchte der IT-Dienstleister den Umsatzanteil durch Neukunden deutlich steigern und sich eine breitere Kundenbasis erarbeiten.

Der Hauptstandort, die ehemalige Hansestadt Einbeck, bietet auf den ersten Blick wenig Potenzial. Denn das Mittelzentrum liegt mehr als 30 Kilometer von den Städten Göttingen und Hildesheim entfernt und bietet in der Region eine geringe Anzahl an Unternehmenskunden.

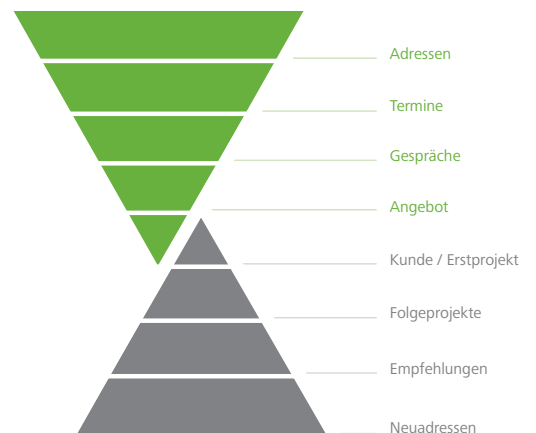
Die Vorgehensweise

Als Strategie- und Marketingberater für die Erstellung eines strategischen Marketingkonzepts zur Erreichung der genannten Ziele gerufen, hat die Scheuer Marketingberatung eine fundierte Analyse (des Unternehmens inklusive Selbst- und Fremdwahrnehmung, des Marktes und der Mitbewerber)

an den Start des Beratungsmandats gesetzt, womit die nachfolgende Zielsetzung sowie Empfehlungen zu den Marketingstrategien auf einer belastbaren Datenlage basieren.

Das bereits vorhandene breite Branchenwissen (in diesem Fall das des Segments der IT-Services) hat dazu verholfen, rasch praxisgerechte Ergebnisse zu erarbeiten.

Die Analyse bestätigte die starke Marktpräsenz vieler direkter Mitbewerber. So war die Erarbeitung einer überzeugenden Marktpositionierung mit klarer Differenzierung zum Wettbewerb mittels kundenorientiertem Leistungsangebot das Herzstück des zu erstellenden Marketingkonzepts – das letztlich die Umsetzung in den weiteren Marketinginstrumenten des Dienstleistungsmarketings gefunden hat.



Account-Management-Vertriebspyramiden (Scheuer)

Attraktion und Relevanz gewinnen.

Zielsetzung und Strategie geschuldet war eine besonders intensive Bearbeitung der Distributionsthemen Standortpolitik und Vertrieb. Der Auf- und Ausbau der vertrieblichen Aktivitäten und ihre Strukturierung standen dabei im Fokus und wurden vertiefend bearbeitet.

Nebst Erstellung des Marketingkonzepts und Beratung verantwortete die Scheuer Marketingberatung ebenso das Projektmanagement zur Umsetzung der empfohlenen Maßnahmen, inklusive Schulung und Coaching von Vertriebsverantwortlichen sowie des unternehmensweiten Kick-off.

Eckpunkte der Lösung

Ein Marketingkonzept und -plan besteht stets aus einem Bündel ineinandergreifender Maßnahmen. Die bei der mod IT GmbH wesentlichen Eckpunkte daraus sind:

- **Marktorientierte und zum Mitbewerber differenzierende Marktpositionierung** mittels Zielgruppenspezialisierung und kundenorientierter Leistungsanpassung als sog. Business Information und Transformation Partner (BITP) – einem Anbieter, der über die gesamte IT-Wertschöpfungskette hinweg verantwortlich für seine Kunden handelt
- **Leistungsentwicklung** konform der Zielgruppe und neue, transparente Darstellung (beispielsweise Vorgehensmodell)
- **Vertriebsaufbau und -strukturierung** durch Neustrukturierung des Vertriebsgeschehens – die Organisationsform, das praktische Vorgehen sowie das Vertriebsinstrumentarium (Checklisten, Sales Funnel, ...)
- **Erweiterung Marktareal** durch den Ausbau bzw. Stärkung der Standorte, um Kundennähe zu signalisieren und für die Projektarbeit zu gewährleisten

- **Kontinuierliche und regelmäßige Kommunikation** zum Aufbau des ungestützten Bekanntheitsgrads und Vertrauens

Das Ergebnis

Das Marketingkonzept wurde im vergangenen Jahr vollständig umgesetzt (Umstrukturierung Organisation, Leistungsentwicklung, ...), sodass der veränderte Marktauftritt noch eher frisch ist. Dennoch entfalten sich bereits erste Auswirkungen, bisher erkennbare Nutzen sind wie folgt:

- **Operative Marketingplanung auf Basis des strategischen Konzepts** sorgt für strukturiertes und zielgerichtetes Marketinggeschehen
- **Fokussierung des Marketinggeschehens** erspart uneffizienten Aktionismus, überhöhte Aufwendungen und sichert die Nachhaltigkeit der Maßnahmen
- **Erfolgreiche Marktpositionierung** als ganzheitlicher IT-Service-Dienstleister
- **Zunehmender Bekanntheitsgrad**, unter anderem durch PR-Aktivitäten und Berichterstattung in Fach- und Wirtschaftsmagazinen
- **Neukundenanteil:** Die mod IT GmbH gewinnt durch das Marketinggeschehen laufend neue Kunden. Dadurch erhebliche Steigerung des Umsatzes mit Neukunden (um knapp 50 %) und somit eine messbar verbreiterte Kundenbasis und -struktur.

Fazit: Es zeigt sich, dass die mod IT GmbH durch die konsequente und detaillierte Umsetzung des strategischen Marketingkonzepts eine deutlich bessere Attraktivität und Wahrnehmung am Markt erreicht hat, an Relevanz gewinnt und nicht zuletzt aufgrund des neu strukturierten Vertriebsgeschehens und abgestimmter Kommunikation an die Märkte die gesetzten Ziele erreicht.



Dr. Dietmar Kappey
Geschäftsführer mod IT GmbH

d.kappey@it-mod.de

„ Wir wurden nicht enttäuscht – im Gegenteil, wir haben mehr erhalten, als wir eingangs vermuteten. Unsere leichte Skepsis ist spätestens dann verflogen, als wir bemerkten, mit welcher Intensität die Strategie- und Marketingberater uns und unsere Branche verstanden und eine ganz individuelle Lösung mit und für uns erarbeiteten, die uns die nächsten Jahre tragen wird.

Herr Scheuer und sein Team haben eine Leistung gezeigt, von der wir überzeugt sind. Nicht zuletzt deshalb haben sie weitere Aufträge unserer Unternehmensgruppe erhalten.

Heute sehen wir die Früchte der Zusammenarbeit deutlich und können festhalten, dass sich alle Aufwendungen und jeder Euro gelohnt haben.





info@marketingberatung.de
www.marketingberatung.de