

So optimiert Siemens mit der Deep-Sales-Plattform von LinkedIn seinen Vertriebszyklus



SIEMENS

Region: Global | Beschäftigte: 26.000
Branche: Industriesoftware



„Wenn Sie Ihren Vertrieb bislang nicht mit LinkedIn Sales Navigator optimiert haben, sollten Sie dies schleunigst nachholen.“

Jill Powers

Vice President of Sales im Bereich Consumer Products & Retail,
Siemens Digital Industries Software



Herausforderung

Das Vertrauen einer breiten Zielgruppe gewinnen

- Siemens ist ein globales Technologieunternehmen im Bereich Fertigung, Infrastruktur, Transport und Gesundheitswesen. Siemens Digital Industries Software ist der führende Anbieter industrieller Softwarelösungen für die ganzheitliche Verwaltung von Innovations-, Produktentwicklungs- und Fertigungsprozessen.
- Das Unternehmen zählt zu den ersten Anwendern virtueller Vertriebsstrategien und nutzt LinkedIn bereits seit 2014, um Neukunden zu gewinnen und Thought Leadership zu demonstrieren.
- Von der industriellen Automatisierung bis hin zu Konsumgütern spricht Siemens mit seinen Lösungen unterschiedliche Zielgruppen an. Oberste Priorität hat dabei, Entscheider:innen auf der obersten Führungsebene noch zielgenauer zu erreichen. „Die schiere Menge an Rollen und Personas, die wir ansprechen, kann einen ohne geeignete Tools überwältigen“, erklärt Jill Powers, Vice President of Sales im Bereich Consumer Products & Retail bei Siemens Digital Industries Software. Daher suchte Siemens nach einer Lösung zur effektiven Zielgruppenansprache.
- Zudem benötigte das Unternehmen eine Möglichkeit, um sowohl Großkonzerne als auch kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) mit seinen Botschaften zu erreichen. Jeff Nixon, Sales Programs Senior Manager bei Siemens Digital Industries Software, beschreibt es wie folgt: „Wir sind ein globales Unternehmen, das eine weltweit funktionierende Vertriebsstrategie braucht.“



Lösung

Informationen, die eine globale Vertriebsinfrastruktur unterstützen

- Durch die Integration von LinkedIn Sales Navigator in sein Salesforce CRM-System gelang es Siemens, die Integrität der Daten sicherstellen, die seine Vertriebsteams für die Kontaktaufnahme mit Führungskräften nutzen. „Saubere CRM-Daten sind für mich das A und O“, erklärt Powers und weist darauf hin, dass aufgrund der enormen Bandbreite der von Siemens angebotenen Lösungen eine Vielzahl von Variablen für das Targeting zu berücksichtigen sind.
- Die Tools in LinkedIn Sales Navigator erleichtern die Kontaktaufnahme enorm. „Mit LinkedIn Sales Navigator erhalten wir erstklassige Insights zu Top-Führungskräften“, erläutert Nixon einen der Vorteile. „Anhand ihrer LinkedIn Profile und der von ihnen geteilten Beiträge können wir feststellen, was für sie relevant ist, und sie gezielt ansprechen.“
- Nixon erläutert weiter, dass es aufgrund der verstärkten Arbeit im Homeoffice eine andere Art der Ansprache und des Networkings braucht, da neue Leads seltener vor Ort in ihren Unternehmen anzutreffen sind. „LinkedIn bot uns mit Sales Navigator die Lösung.“



Ergebnisse

Effizienterer Vertriebszyklus

- Während der Testphase gelang es den Vertriebsprofis, die LinkedIn Sales Navigator nutzten, ihre Verkaufszyklen durchschnittlich um mindestens drei bis sechs Wochen zu verkürzen.
- Doch nicht nur das: Sie erreichten auch mehr Entscheider:innen. „Heute sind an einer einzigen Kaufentscheidung meist mindestens zehn Personen beteiligt“, erklärt Nixon. „Und wir müssen wissen, wer diese Personen sind.“
- Die Vertriebsmitarbeiter:innen bei Siemens, die LinkedIn Sales Navigator nutzten, erzielten mindestens doppelt so viele neue Geschäftschancen wie ihre Kolleg:innen, die nicht mit dem Tool arbeiteten.

3-mal

so viele Entscheider:innen pro Geschäftschance wie früher

12 %

mehr Gesamtumsatz

2-mal

so viele neue Geschäftschancen gegenüber Vertriebsprofis, die LinkedIn Sales Navigator nicht nutzten

Beziehungen jenseits der Plattform knüpfen

- Beim digitalen Verkauf geht es nicht nur darum, Kontakte über eine soziale Plattform herzustellen. Wichtig ist auch, die von den Personen selbst zur Verfügung gestellten Informationen zu nutzen, um sich gezielt auf persönlicher Ebene mit Kunden unterhalten zu können
- Powers erklärt: „Ich prüfe vor einem Meeting, wer daran teilnimmt, und nutze dann LinkedIn Sales Navigator, um mehr über die Personen zu erfahren. Ich will wissen, welche Rolle sie bei dem Gespräch einnehmen werden und für welche Unternehmensbereiche sie zuständig sind. Dadurch kann ich mich über für sie relevante Dinge mit ihnen unterhalten. Es zahlt sich aus, jede Person im Raum individuell anzusprechen.“
- Powers nutzt LinkedIn Sales Navigator erfolgreich, um sich vor einem Meeting einen Überblick über die Beziehungsstrukturen zu verschaffen: „Ich wusste dadurch beispielsweise, dass der CEO

eines Unternehmens etwa zur gleichen Zeit wie ich an derselben Universität war. Als ich ihn später in der Lobby seines Unternehmens sah, konnte ich diese Information als Gesprächseinstieg nutzen, um mich ihm vorzustellen.“ Dieser kleine Icebreaker vor dem Meeting führte letztendlich zum Abschluss eines Multi-Millionen-Dollar-Deals. Powers nutzt LinkedIn Sales Navigator erfolgreich, um sich vor einem Meeting einen Überblick über die Beziehungsstrukturen zu verschaffen: „Ich wusste dadurch beispielsweise, dass der CEO eines Unternehmens etwa zur gleichen Zeit wie ich an derselben Universität war. Als ich ihn später in der Lobby seines Unternehmens sah, konnte ich diese Information als Gesprächseinstieg nutzen, um mich ihm vorzustellen.“ Dieser kleine Icebreaker vor dem Meeting führte letztendlich zum Abschluss eines Multi-Millionen-Dollar-Deals.

- LinkedIn Sales Navigator ist ein unverzichtbares Tool für Siemens geworden, um einfach auf hochwertige Daten und Informationen zuzugreifen und diese für den Aufbau starker Beziehungen zu Leads und Prospects zu nutzen.



Echtzeitinformationen ermöglichen schnelles Handeln

- Durch die von LinkedIn Sales Navigator gelieferten Echtzeitinformationen kann das Vertriebsteam von Siemens schnell handeln.
- Nixon hat beobachtet, dass Teammitglieder deutlich schneller Kontakt mit Prospects aufnehmen, sobald sie Zugriff auf LinkedIn Sales Navigator haben. „Ein Mitglied unseres internen Vertriebsteams hatte Schwierigkeiten, das Interesse des Vice Presidents eines anderen Unternehmens zu gewinnen. Als der Vertriebsmitarbeiter Zugriff auf LinkedIn Sales Navigator erhielt, ermittelte er mit TeamLink, dass die Person ein Kontakt 1. Grades eines anderen Vice Presidents war. Er nutzte den Kontakt für eine persönliche Vorstellung und erzielte letztendlich einen Vertragsabschluss mit dem Unternehmen.“
- Siemens nutzt LinkedIn Sales Navigator auch, um Jobwechsel von Kontakten zu verfolgen. „LinkedIn Sales Navigator informiert Sie, wenn Kontakte das Unternehmen wechseln, und so haben Sie gleich einen Anknüpfungspunkt im neuen Unternehmen“, so Powers.
- Nixon ist überzeugt, dass LinkedIn Sales Navigator das Tool der Zukunft ist. „Wenn Sie Ihren Vertrieb bislang nicht mit LinkedIn Sales Navigator optimiert haben, sollten Sie dies schleunigst nachholen.“



„Mit LinkedIn Sales Navigator erhalten wir erstklassige Insights zu Führungskräften. Anhand ihrer LinkedIn-Profile und der von ihnen geteilten Beiträge können wir feststellen, was für sie relevant ist, und sie gezielt ansprechen.“

Jeff Nixon

Sales Programs Senior Manager bei Siemens Digital Industries Software