

Zendesk erzielt Rekordergebnisse im Bereich Enterprise Sales – dank LinkedIn Sales Navigator



Standort: San Francisco, Kalifornien | Beschäftigte: 5.860 | Branche: Softwareentwicklung



„LinkedIn Sales Navigator ist unser wichtigstes Tool und die beste Investition in unser Vertriebsteam, die wir je getätigt haben. Mit Sales Navigator können wir nicht nur effektiv Prospects finden, sondern unsere Vertriebsteams auch gezielt auf Verkaufsgespräche vorbereiten.“

Marilee Bear

Senior Vice President, Enterprise Sales Nordamerika



Herausforderung

Rückgang in Enterprise Sales

- Das Softwareunternehmen [Zendesk](#) mit Hauptsitz in San Francisco, Kalifornien, bietet Unternehmenslösungen für den Kundenservice.
- Die Pandemie zwang Zendesk dazu, von persönlichen Kundengesprächen auf Online-Vertriebskanäle umzustellen: eine weitreichende Veränderung. Anand Jameson, Senior Manager, Global GTM Enablement, beschreibt die Situation wie folgt: „Unsere größte Herausforderung war die Frage, wie wir in einem digitalen Umfeld unsere Pipeline stärken und die Möglichkeiten, Kontakt zu Prospects und Unternehmenskunden aufzunehmen, verbessern können.“
- Marilee Bear, Senior Vice President der Abteilung Enterprise Sales Nordamerika, betont die Komplexität im Firmenkundenvertrieb. Für ihr Team waren regelmäßige Reisen und persönliche Treffen mit Geschäftspartner:innen vor der Pandemie an der Tagesordnung. Dadurch war man über alle Accounts stets bestens informiert und konnte die jeweils passende Lösung finden. „Wenn wir Unternehmen als Kunden gewinnen wollen, gibt es vieles zu bedenken“, erklärt sie. „Es kommt letztlich darauf an, die richtige Verbindung zwischen den Lösungen, die Zendesk anbietet, und den Bedürfnissen der Kundschaft zu finden.“



Lösung

Vertriebserfolg dank Technologie

- Bei der Suche nach einer Möglichkeit, um in Zeiten der Reisebeschränkungen die Performance zu steigern, erkannte Anand Jameson, dass sein Team bereits über das richtige Tool verfügte. Man schöpfte lediglich dessen Potenzial noch nicht voll aus. „Wir wussten, was LinkedIn für eine wertvolle Ressource ist – wir haben sie nur noch nicht genutzt. Die Pandemie bot die perfekte Gelegenheit, unseren Mitarbeiter:innen zu zeigen, wie sie bei der Arbeit von LinkedIn profitieren können.“
- Die Enablement-Expert:innen bei Zendesk entwickelten eine Support-Strategie für die Kolleg:innen im Vertrieb, damit diese sich die erforderlichen Virtual-Selling-Kompetenzen schnell aneignen konnten. „Wir haben uns genau überlegt, wie wir diesen Strategiewechsel vollziehen, die nötigen Fähigkeiten vermitteln und die zukünftigen User:innen für das Tool begeistern können.“

6.500

neue Kontakte in sechs Wochen

Ergebnisse

Relevanz durch Recherche

- Bei Zendesk ist man überzeugt davon, dass es beim Kontakt mit Unternehmenskunden auf eine gezielte Recherche ankommt. „Im Firmenkundenvertrieb haben wir es mit den größten Unternehmen der Welt zu tun. Mit LinkedIn Sales Navigator versuchen wir, die Bedürfnisse unserer Kundschaft noch besser zu verstehen, damit wir uns als vertrauenswürdiger Partner und Lösungsanbieter positionieren können“, erläutert Anand Jameson.
- Gemeinsam mit seinem Enablement-Team analysiert er dafür die Insights und Informationen aus LinkedIn Sales Navigator. „LinkedIn verfügt als einziger Anbieter über Informationen, mit denen wir die Komplexität des beruflichen Werdegangs, der Interessen sowie der Ziele einer Person nachvollziehen und damit ihre Bedürfnisse ermitteln können.“
- „Es ist wichtig, die einzelnen Unternehmen genau zu kennen und zu wissen, mit welchen Herausforderungen sie kämpfen“, erklärt Marilee Bear. „Mit LinkedIn Sales Navigator konnten wir im Vorfeld eines Meetings so umfassend recherchieren, dass wir unseren Kund:innen eine ganze Reihe auf sie zugeschnittener Fragen stellen konnten. So konnten wir zeigen, dass wir uns auf ihre individuellen Bedürfnisse fokussieren.“
- Anand Jameson betont, dass diese umfangreichen, von LinkedIn Mitgliedern freiwillig bereitgestellten Informationen einzigartige Insights ermöglichen. „Mit dieser unglaublichen Fülle an Informationen kann unser Team die Prioritäten und Bedürfnisse unserer Kundschaft ermitteln.“



„LinkedIn verfügt als einziger Anbieter über Informationen, mit denen wir die Komplexität des beruflichen Werdegangs, der Interessen sowie der Ziele einer Person nachvollziehen und damit ihre Bedürfnisse ermitteln können.“

Anand Jameson
Senior Manager, Global GTM Enablement

Neue Kontakte, neue Gespräche

- Marilee Bear freute sich besonders über die Reaktionen des Zendesk Enterprise-Sales-Teams im Anschluss an seine Schulung. „Mit der Zufriedenheit unserer Vertriebsmitarbeiter:innen im Hinblick auf das Enablement-Programm konnten wir eine unserer besten Kennzahlen erreichen. 97 % der Teilnehmer:innen bezeichneten das Programm als Gamechanger für ihren Berufsalltag. Sobald unser Team das Tool einsetzen konnte, veränderten sich unsere Kennzahlen in Bezug auf hochwertige Leads und Lead-Entwicklung im oberen Bereich des Funnels signifikant.“
- Und die Ergebnisse sprechen für sich: „6.500 neue Kontakte, die wir mit LinkedIn Sales Navigator knüpfen konnten, führten zu 100 Verkaufsgesprächen. Unterm Strich ließen sich in diesem Quartal so mehr als 100.000 USD Monthly Recurring Revenue (MRR) erwirtschaften.“
- Anand Jameson führt die Beliebtheit des Tools darauf zurück, dass das Vertriebsteam dadurch viele Interaktionen umsetzen konnte und zahlreiche Rückmeldungen von Kund:innen erhielt. „Einige Kolleg:innen erzählten, dass sie über LinkedIn Prospects erreichen konnten, an denen sie vorher gescheitert waren.“
- Und Bear ergänzt: „LinkedIn Sales Navigator ist unser wichtigstes Tool und die beste Investition in unser Vertriebsteam, die wir je gemacht haben. Damit können wir nicht nur effektiv Prospects finden, sondern unsere Vertriebsteams auch gezielt auf Verkaufsgespräche vorbereiten.“

100.000

USD MRR im Quartal

97 %

der Abteilung Enterprise Sales erachten LinkedIn Sales Navigator als hilfreich für ihre Arbeit.

