

Energiegeladen: Smarte Technology stärkt Vertrieb



Der Sales Navigator eröffnet neues Potenzial im Vertrieb bei E.ON Energy Infrastructure Solutions. Durch detaillierte Suchfunktionen lassen sich für die Vertriebsmitarbeiter:innen von E.ON neue Zielgruppen und relevante Kund:innen auf LinkedIn identifizieren und datenschutzkonform kontaktieren. Dies eröffnet, neben den gewohnten Kommunikationsmitteln, mit LinkedIn einen zusätzlichen Vertriebskanal – und das mit überzeugender Erfolgsquote. Was mit einem kleinen Piloten begann, ist jetzt eine Routine des B2B Vertriebs.

E.ON Energy Infrastructure Solutions ist in Europa einer der größten Anbieter für nachhaltige Energie- und Infrastrukturlösungen für Städte, Gemeinden und Industrien und damit Change Agent der nachhaltigen Energiewende. Ob Energiemanager:in im Industriekonzern oder Bürgermeister:in einer europäischen Stadt im Wandel – die potenziellen Kund:innen könnten unterschiedlicher nicht sein. „Umso herausfordernder sind Suche und zielgerichtete Ansprache unserer potenziellen Kund:innen“, sagt Jens Kleine, Global Marketing Manager bei E.ON Energy Infrastructure Solutions. „Mit digitalen Vertriebsansätzen beschäftigen wir uns schon seit einigen Jahren, um die Kundenansprache im B2B Vertrieb über neue Kanäle und digitale Tools zur Kontaktabahnung zu optimieren.“

Der Social Media Kanal LinkedIn und das Tool Sales Navigator sind u.a. diese neuen Optionen. 2018 wurden mit einer kleinen Zahl Lizenzen erste Schritte in den digitalen Vertrieb gestartet – in einer Zeit, in der auch das Unternehmen selbst im Umbruch war. Mit neuen Mitstreiter:innen und neuen Teams in unterschiedlichen Ländern, konnten schnell Best-Practise-Fälle gesammelt und Erfahrungen ausgetauscht werden. Besonders bei der Zielgruppensuche wurden die Vorteile des Sales Navigators schnell deutlich: „Die erweiterte Suche mit sehr detaillierten Filtermöglichkeiten und nicht zuletzt die schiere Größe des Netzwerks LinkedIn mit 760 Millionen Mitgliedern bedeuten für uns, dass wir unsere relevanten Ansprechpartner:innen erheblich leichter identifizieren können“, so Jens Kleine.

Die neuen Möglichkeiten kamen den Vertriebskolleg:innen bei E.ON ganz besonders zugute als es im Zuge der Corona-Pandemie zum plötzlichen Stillstand der persönlichen Geschäftskontakte kam. Heute ist klar: die Arbeitsgewohnheiten haben sich dauerhaft verändert – sowohl auf Vertriebs- als auch auf Kundenseite. „Die Erkenntnis, dass digitale Kanäle ein wichtiger Teil der Vertriebsarbeit bleiben werden, ist mittlerweile bei allen angekommen“, sagt Jens Kleine und ergänzt: „Ich freue mich vor allem, wenn wir mit den Ergebnissen unserer Überlegungen punkten. Denn nichts überzeugt so sehr wie ein qualifizierter Lead oder eine erfolgreiches Akquisegespräch.“

Gerade für letzteres ist bei den komplexen Energielösungen von E.ON Energy Infrastructure Solutions eine umfassende Vorbereitung das A und O. Und auch hier profitiert das Vertriebsteam vom LinkedIn Sales Navigator. „Wenn ich weiß, was mein Gegenüber interessiert, wenn ich an relevante Themen und Diskussionen anknüpfen kann, dann fällt die Kontaktaufnahme nicht nur leichter, sie ist auch sehr viel erfolgsversprechender“, erläutert Jens Kleine.

Und welche Tipps hat Jens Kleine noch für all jene, die mit dem Sales Navigator im eigenen Unternehmen durchstarten wollen? „Immer dorthin gehen, wo die Energie ist. Das bedeutet: Starten Sie mit einem motivierten Team, das Lust darauf hat, etwas Neues auszuprobieren – und überzeugen Sie dann mit Ergebnissen.“

Herausforderung



- Als Change Agent für die Energiewende will E.ON Energy Infrastructure Solutions die Dekarbonisierung von Industrie und Städten vorantreiben und dafür mehr relevante Sichtbarkeit erhalten. Das Energieunternehmen muss also nicht nur die Reichweite bei passenden Zielgruppen vergrößern, sondern auch mit den richtigen Inhalten punkten.
- Dazu kommt: Das Unternehmen hat eine diverse Zielgruppe. Da es sich um komplexe Energielösungskonzepte handelt, ist die richtige Wahl der Ansprechpartner:innen essenziell – und umso bedeutender, die potenzielle Kundschaft von den Lösungskompetenzen zu überzeugen.
- NACH der Suche ist VOR der Ansprache: Vertriebler:innen von E.ON müssen mit passgenauen und gut vorbereiteten Kontaktaufnahmen überzeugen, um Erstgespräche möglich zu machen.

Lösung



- Mit der Nutzung von LinkedIn als Vertriebsplattform erschließt sich E.ON Energy Infrastructure Solutions ein vielversprechendes Reservoir an international relevanten Ansprechpartner:innen.
- Die Plattform bietet das richtige Umfeld, um die Zielgruppe mit relevanten Inhalten zu erreichen.
- Durch die Nutzung des LinkedIn Sales Navigators können unterschiedliche Ansprechpartner:innen in einem Unternehmen gezielt gesucht werden.
- Die weiteren Informationen, die der Sales Navigator liefert, helfen dem Vertriebsteam, sich optimal auf die Kontaktanbahnung und folgende Gespräche vorzubereiten.

Ergebnisse



- **10 x:** Skalierung bei der Nutzung des Sales Navigator: Seit Pilotstart im Jahr 2018 hat sich die Zahl der aktiven Lizenzen bis zum Jahr 2021 verzehnfacht. Dadurch wurden deutlich mehr geeignete Ansprechpartner:innen identifiziert und kontaktiert.
- Zusätzlich zum Sales Navigator Programm gibt es nun auch weitere Gruppen von Mitarbeiter:innen, die LinkedIn an Vertriebskanal nutzen und Inhalte in Form von LinkedIn Posts teilen, wodurch die Sichtbarkeit und Reichweite für E.ON enorm erhöht wird.
- Signifikante Steigerung der Reichweite und Identifizierung von mehr Opportunities



” Gehen Sie dorthin, wo die Energie ist. Und überzeugen Sie dann alle weiteren Kolleg:innen mit den positiven Ergebnissen des LinkedIn Sales Navigators.“

Jens Kleine, Global Marketing Manager, E.ON Energy Infrastructure Solutions