

Virtuell und persönlich: Wie Turtle & Hughes mit LinkedIn Sales Navigator Vertriebserfolge erzielt



**TURTLE &
HUGHES**

Standort: Linden, New Jersey, USA | Beschäftigte: 900 | Branche: Distribution



„Dank LinkedIn behalten wir den Überblick. Mit Sales Navigator können wir priorisieren, welche Informationen wir in unser CRM-System übernehmen, um unser Arbeitspensum effizienter zu managen.“

Jonathan McLane

Marketing Director bei Turtle & Hughes Integrated Supply



Herausforderung

Persönlicher Vertrieb in einer digitalen Welt

- Der Lieferant für Materialien und Hilfsmittel im Reparatur- und Wartungsbereich Turtle & Hughes gewann hochwertige Leads bisher durch den Aufbau persönlicher Beziehungen auf Messen und anderen Veranstaltungen mit direktem Kundenkontakt.
- Aufgrund der Reiserestriktionen während der COVID-19-Pandemie musste Turtle & Hughes seine Vertriebstaktiken an die digitale Welt anpassen.
- Die größte Herausforderung bestand darin, aktuelle Informationen über die Einkaufsverantwortlichen in den Zielbranchen des Unternehmens zu finden. Bisherige Methoden, diese Daten zu erfassen, lieferten nicht die gewünschte Lead-Qualität.



Lösung

Digital und doch persönlich

- LinkedIn Sales Navigator löste umgehend das größte Problem: in Zielunternehmen die richtigen Kontakte zu identifizieren. Jonathan McLane, Marketingdirektor von Turtle & Hughes, erklärt: „Wir konnten Regionen und Unternehmen bestimmen, aber wir hatten keine konkreten Namen. Durch Sales Navigator konnten wir diese Lücke schließen und unsere Ansprechpartner:innen ermitteln.“
- Turtle & Hughes nutzte LinkedIn als virtuelle Messeplattform – auf der Führungskräfte aus den wichtigsten Branchen unterwegs waren, um Beziehungen zu knüpfen. Das Vertriebsteam von Turtle & Hughes konnte via LinkedIn seine umfangreiche Erfahrung beim Aufbau von Beziehungen einsetzen.
- „LinkedIn Sales Navigator ermöglichte es uns, Entscheidungsträger:innen und Geschäftschancen sehr viel zielgerichteter zu finden“, sagt McLane. „Es ist wichtig, Personen auf der richtigen Unternehmensebene zu erreichen, da diese eher auf unsere Anfragen reagieren. Sales Navigator ermöglicht uns eine persönliche, individuelle Ansprache. So kommt es zu einem Kontakt zwischen Menschen und nicht nur zwischen Unternehmen.“

52 %

der Kontaktanfragen wurden angenommen.



Ergebnisse

- Seitdem Turtle & Hughes auf LinkedIn Sales Navigator aktiv ist, hat sich die Zahl der Anfragen, ob nach weiteren Informationen oder Angeboten, deutlich erhöht. Sales Director [Blake Varbero](#) führt dies auf das gezielte Marketing und die persönliche Ansprache über InMail-Nachrichten zurück: „Unsere Aktivitäten auf LinkedIn stoßen auf reges Interesse und wir werden immer besser im Umgang mit LinkedIn Sales Navigator. Dadurch ist die Zahl der Angebotsanfragen 2022 deutlich gestiegen.“
- McLane erklärt, wie das Unternehmen mithilfe der Performedaten und Trackingfunktionen von LinkedIn seine Marketing- und Vertriebsaktivitäten besser aufeinander abstimmt: „Dank LinkedIn gelingt es uns, den Überblick zu behalten. Es reicht nicht, einfach eine Marketingbotschaft auszusenden. Mit Sales Navigator können wir priorisieren, welche Informationen wir in unser CRM-System übernehmen, um unser Arbeitspensum effizienter zu managen.“

Chancen nutzen

- Das Vertriebsteam von Turtle & Hughes wusste bereits, dass Nordamerika einer der wichtigsten und vielversprechendsten Märkte des Unternehmens ist. Varbero erklärt: „Viele Unternehmen, deren Entscheider:innen in den Vereinigten Staaten sitzen, haben Produktionsstätten in Nachbarländern. Für uns ist der nächste logische Schritt deshalb, Personen in bestimmten Tätigkeitsbereichen zu identifizieren und ihnen deutlich zu machen, dass wir unsere Services bereits erfolgreich in den USA zur Verfügung stellen und deshalb auch für Produktionsstandorte in anderen Ländern ein verlässlicher Partner sein können.“
- Blake Varbero erläutert, wie er mit LinkedIn Sales Navigator eine Geschäftsmöglichkeit, die er mit einem Unternehmen mit weltweiten Produktionsstandorten verfolgte, vorantreiben konnte: „Es gab bereits einen ersten Kontakt, allerdings ohne regelmäßigen Austausch. Mithilfe von LinkedIn Sales Navigator konnte ich relevantere Entscheider:innen identifizieren und so zielführendere Kundengespräche vereinbaren und schneller zum Abschluss kommen.“
- Die Möglichkeiten gehen über den Geschäftsausbau hinaus. Turtle & Hughes verschaffte auch seinen Account-Manager:innen im Bereich Industrie- und Elektrobedarf Zugang zu dem Tool. „Sie nutzen LinkedIn Sales Navigator, um Opportunities für zukunftsorientierte Kund:innen zu identifizieren“, so McLane.



533 %

mehr neue Kontakte auf LinkedIn und Director-Level

14 %

InMail-Antwortrate, verglichen mit einer Antwortrate von 1-3 % bei Kaltakquise und E-Mail



Gleichgesinnte Partner finden

- Als ein von Frauen geführtes Familienunternehmen in der vierten Generation ist Turtle & Hughes stolz darauf, seiner Kundschaft Qualität zu liefern, die soziale, ökologische und ethische Kriterien in der Wertschöpfungskette berücksichtigt. Mit LinkedIn Sales Navigator findet Turtle & Hughes Geschäftspartner:innen, die Lieferanten suchen, die ihre ESG-Kriterien erfüllen.
- Varbero betont, dass sich die Ausgaben des Unternehmens im Bereich Diversität in ihren Zielbranchen, unter anderem der Automobilproduktion, ausgezahlt haben. „Wenn ich mit Entscheider:innen über InMail kommuniziere, hebe ich stets hervor, dass wir nicht nur zuverlässige Wartungs-, Reparatur- und Betriebsservices für eine integrierte Lieferkette zur Verfügung stellen, sondern auch ausschließlich mit Tier-1-Lieferanten zusammenarbeiten, die Diversity fördern.“

Tools, die die Arbeit erleichtern

- LinkedIn Sales Navigator unterstützt Turtle & Hughes dabei, die Marketingmaßnahmen zu identifizieren, die direkt zum Abschluss führen. „Wir versuchen, unsere Pipeline besser zu verstehen“, erklärt Jonathan McLane. „Wir wissen, dass es Aktivitäten in LinkedIn Sales Navigator und Aktivitäten in unserem CRM-System gibt. Durch die Verknüpfung beider Tools können wir den ROI unserer Marketinginvestitionen besser ermitteln.“
- Blake Varbero erklärt, wie er mit LinkedIn Sales Navigator Zeit spart: „Da sich Listen nach Branchen, Standorten oder Regionen segmentieren lassen, kann ich Informationen schneller abrufen und neue Ideen für Vertriebskampagnen entwickeln. Ich finde es gut, dass wir diese Informationen für so vielfältige Zwecke nutzen können.“
- Auch das Marketingteam arbeitet mit Listen: „Heute tausche ich auf Fachmessen keine Visitenkarten mit potenziellen Kund:innen aus, sondern vernetze mich mit ihnen auf LinkedIn“, sagt McLane. „Diese Informationen fließen in LinkedIn Sales Navigator ein, wo ich eine Liste mit Kontakten von diesem Event erstellen kann. Das System informiert mich daraufhin über Updates bei diesen Personen, ohne dass ich etwas tun muss.“



„Mit LinkedIn Sales Navigator können wir Entscheider:innen und Opportunities deutlich präziser identifizieren. Zudem können wir unsere Prospects individuell ansprechen. Damit kontaktieren wir sie nicht unpersönlich als Marke, sondern als Menschen, die sich für ihre Probleme interessieren und ihnen helfen wollen, sie zu lösen.“

Jonathan McLane
Marketing Director bei
Turtle & Hughes Integrated Supply