

CHG-MERIDIAN geht in Sachen Digitalisierung aufs Ganze – mithilfe des LinkedIn Sales Navigators



„Für uns gibt es zum Sales Navigator keine Alternative im Markt, um den neuen Herausforderungen im Vertrieb gerecht zu werden.“



Steffen Schaz
Head of Sales Development
CHG-MERIDIAN AG

Hauptsitz	Deutschland
Beschäftigte	1.300 Mitarbeitende
Branche	Technologie, Finanzdienstleistungen



Die Herausforderung

International wachsen in turbulenten Zeiten

CHG-MERIDIAN ist ein führendes Technologieunternehmen, das seit mehr als 40 Jahren erfolgreich auf dem Markt aktiv ist und mehr als 1.300 Mitarbeitende beschäftigt. Das Unternehmen entwickelt, finanziert und managt banken- und herstellerunabhängige Nutzungsmodelle für technische Geräte, die passgenau auf den Ausstattungsbedarf der Kund:innen zugeschnitten sind. Mit Standorten in 30 Ländern weltweit schafft es CHG-MERIDIAN Konzernen, mittelständischen Unternehmen, öffentlichen Verwaltungen und Kliniken ein integriertes End-to-End-Management verschiedenster Endgeräte – vom Laptop oder Smartphones über Gabelstapler oder Fertigungsmaschinen bis hin zum Röntgenapparat oder Computertomographen – inklusive passender Finanzierung bereitzustellen.

Insbesondere in den Technologiebereichen IT, Industrie und Gesundheitswesen ist das

Unternehmen mit seinem zeitgemäßen Ansatz erfolgreich – und konnte zuletzt ein Wachstum an Neugeschäftsvolumen von rund 30 Prozent auf 2,23 Milliarden Euro verbuchen.

Breit aufgestellt, international tätig und mit einer außergewöhnlichen Dienstleistung im Angebot: Was den Erfolg von CHG-MERIDIAN ausmacht und sein Wachstum bestimmt, ist gleichzeitig eine Herausforderung für den Vertrieb. Denn auch beim Technologieunternehmen zeigt sich, dass sich die Arbeit im Vertrieb in den vergangenen Jahren rasant gewandelt hat. „Unser Geschäft läuft über persönliche Kontakte“, sagt Steffen Schaz, Head of Sales Development bei CHG-MERIDIAN. „Aber diese Kontakte zu finden und zu erreichen ist heute eine andere Aufgabe als noch vor einigen Jahren.“ Die fortschreitende Digitalisierung verändert die Arbeitswelt. Und nicht zuletzt die pandemiebedingten Veränderungen der Arbeitswelt haben diesen Trend noch einmal beschleunigt. „Für uns war deshalb 2020 klar: Wir brauchen ein Tool, das uns dabei unterstützt, mehr Reichweite zu erlangen und Leads schneller zu generieren.“



Die Lösung

Digital, international und hocheffizient: der LinkedIn Sales Navigator

Schon zuvor gab es Überlegungen, die eigens aufgebauten Unternehmensdatenbanken durch ein effizienteres und umfassendes Tool zu ersetzen. „Es ist offensichtlich, dass das gesamte Business-Umfeld digitaler wird“, erklärt Schaz. 2020 war es dann so weit: Das Vertriebsteam führte den LinkedIn Sales Navigator ein. „Für uns gab es keine echte Alternative im Markt, um den neuen Herausforderungen im Vertrieb gerecht zu werden“, sagt Schaz mit Blick auf die internationalen Tätigkeiten des Konzerns.

~ 25 %



aller Beschäftigten bei CHG-MERIDIAN haben Zugang zum Sales Navigator.

+ 38,4 %



Nach einem Monat Nutzung des Sales Navigators konnten Sales-Profis im Schnitt einen Zuwachs von fast 40 Prozent mehr Vernetzungen zu Entscheider*innen (Director Level +) verbuchen.

+ 111 %



Anstieg der Suchaktivität einen Monat nach Einführung des Sales Navigators.



Für die Sales-Unit bei CHG-MERIDIAN war deshalb auch klar, dass sie das volle Potenzial des Sales Navigators nutzen möchten. Mithilfe von regelmäßigen Trainings, sowohl für Neuzugänge als auch für erfahrene Mitarbeiter:innen im Vertrieb von CHG-MERIDIAN, wird sichergestellt, dass alle Nutzer:innen den größtmöglichen Mehrwert mit dem Sales Navigator generieren. „Die Teilnahmequoten sind hoch“, sagt Schaz und fügt hinzu: „Und für diejenigen,

„Wir wollen das volle Potenzial des Tools nutzen und gehen mit der Synchronisation unseres CRM-Systems mit dem Sales Navigator einen entscheidenden Schritt weiter.“



Steffen Schaz

Head of Sales Development
CHG-MERIDIAN AG

die es zeitlich mal nicht schaffen dabei zu sein, stehen selbstverständlich Aufzeichnungen der Schulungen zur Verfügung.“

Ein weiterer Faktor, der für die beste Nutzung des modernen Vertriebstools nicht zu unterschätzen sei: „Die gute Zusammenarbeit mit den Teams aus Marketing“, so Schaz. Die Kolleg:innen unterstützen alle CHG-Mitarbeitenden darin, die eigenen LinkedIn-Profilen professionell zu pflegen. Das ist auch für die Vertriebsprofis von CHG-MERIDIAN wichtig, um nicht nur einen guten ersten Eindruck zu machen, sondern auch, um besser darzustellen zu können, was sie ihren (potenziellen) Kund:innen anbieten. „Das ist besonders bei einer so erklärungsbedürftigen Dienstleistung wie der unseren ganz entscheidend“, unterstreicht Schaz. „Wir nutzen LinkedIn also sowohl für Imageaufbau und -pflege, als auch dazu, die Erwartungen unserer Kundschaft besser zu verstehen und dank dieser Erkenntnisse unsere Angebote besser erklären zu können.“



Die Ergebnisse

Viele Wege für ein Ziel: die passenden Kontakte finden und ausbauen

„Der LinkedIn Sales Navigator ist ein hochwertiges Research-Tool“, erklärt Schaz. Seine vielfältigen Features sorgen dafür, dass Vertriebler:innen nicht nur gute Informationen, sondern echte Insights geboten bekommen. Für die zügige und effiziente Suche nach relevanten Ansprechpersonen hebt Schaz die Möglichkeit der Persona-Suche hervor. „Das ist deshalb so hilfreich, weil wir auf der Suche nach Kontakten aus ganz unterschiedlichen Unternehmensbereichen sind, die unterschiedliche Aufgaben und Jobtitel in ihren Profilen tragen. Durch die Eingrenzung auf klar definierte Persona sparen wir so Zeit bei der Suche.“

99 %

aller Vertriebsmitarbeitenden bei CHG-MERIDIAN sind mit einer eigenen Lizenz für den Sales Navigator ausgestattet.

+ 88 %

Anstieg an Posts und Shares nach einem halben Jahr Nutzung des Sales Navigators

Jeder 10. Kontakt

entsteht seit Einführung des CRM durch die LinkedIn-Synchronisierung; Tendenz steigend

Auch der richtige Zeitpunkt der Kontaktaufnahme will gut gewählt sein: Mit Mitteilungen zu relevanten Posts, Jobwechseln oder der Anzeige von Interaktionen mit dem Unternehmensprofil, die der Sales Navigator bereitstellt, können Vertriebler:innen besser einschätzen,

wann sie potenzielle Kund:innen kontaktieren sollten. Und was eignet sich dafür besser als die Informationen, die LinkedIn-Mitglieder selbst zur Verfügung stellen? „Wir nutzen das digitale Tool, um schneller und einfacher ins persönliche Gespräch zu kommen. Das ist der entscheidende Vorteil“, sagt Schaz.

Neben der Suche nach Neukontakten und dem Ausbau des eigenen Netzwerkes bietet der Sales Navigator für CHG-MERIDIAN aber auch Hilfestellung bei der Stärkung bestehender Kundenbeziehungen. „Alles in allem ist das Tool für uns sehr hilfreich. Neben der kontinuierlichen Weiterentwicklung und der Einführung weiterer Features, schätzen wir auch die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren LinkedIn-Ansprechpartner:innen“, sagt Schaz.

Mit der Einbindung in das CRM-System das volle Potenzial nutzen

Derzeit arbeitet das Vertriebsteam von CHG-MERIDIAN daran, das neue CRM-System vollständig mit Informationen aus dem LinkedIn Sales Navigator zu synchronisieren. So stellt CHG sicher, dass die wichtigsten Vertriebstools Hand in Hand arbeiten. Das steigert die Effizienz, hebt die Datenqualität und führt dazu, dass künftig Informationen über Kund:innen, Leads und potenzielle Kontakte noch einfacher aktualisiert und zwischen den Team-Mitgliedern ausgetauscht werden können. „Wir wollten von Anfang an das volle Potenzial des Tools nutzen und gehen damit einen Schritt weiter“, sagt Schaz.

Des Weiteren wird durch aktiven Austausch und einen eigens dafür ins Leben gerufenen Channel stetig daran gearbeitet, die Erfolgsfaktoren in der Nutzung des Sales Navigators zwischen allen User:innen zu teilen. „Der Austausch mit den Kolleg:innen steht hierbei im Vordergrund“, so Schaz.

Und er hat noch einen Tipp für Unternehmen, die den Sales Navigator erst seit Kurzem als digitales Hilfsmittel für den Vertrieb nutzen: „Probieren Sie alles aus und finden Sie so die passgenaue Lösung für ihre eigenen Ziele“, rät Schaz. „Ob das nun die Nutzung von gespeicherten Suchen, Personas oder die Sich-Vorstellen-lassen-Funktion ist – jeder findet hier Funktionen, die die Arbeit im Vertrieb erheblich erleichtern.“