ABM-Angebote mit hohem Wert

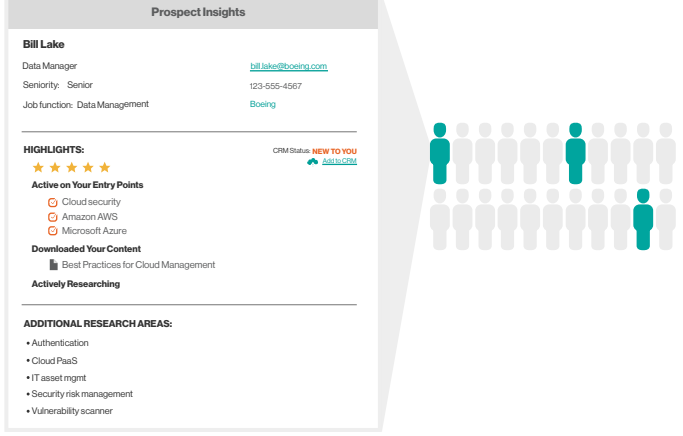
Überbrückung der Engagement-Lücke für den Vertrieb

Wenn es darum geht, Käufer zu identifizieren und sie zu einem einheitlichen, zukunftsorientierten Einkaufsteam zusammenzubringen, haben es die Verkäufer von Technologieunternehmen schwer. Und die jüngste Beschleunigung des virtuellen Verkaufs hat ihren Schmerz nur noch verstärkt. Verkäufer brauchen Hilfe - sie schaffen es nicht allein.

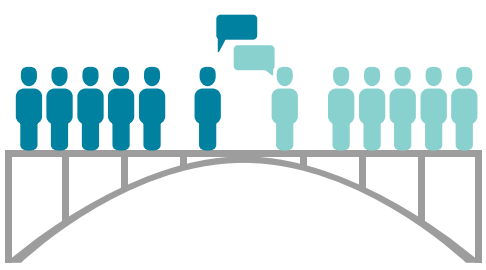
Lesen Sie weiter, um zu erfahren, wie Vertriebs- und Marketingorganisationen Einkaufsteams besser identifizieren und zusammenbringen können, damit Verkäufer ihre Ziel-Accounts besser ansprechen können.

Die 2 größten Herausforderungen für den virtuellen Verkauf[1]

Identifizierung der Mitglieder der Einkäufergruppe



Einkaufsgruppen zusammenbringen



Profi-Tipp: Verkäufer können nicht effizient handeln, wenn sie aktive Käufer aus langen Listen von Kaltakquisitionen identifizieren müssen. Mit Prospect-Level Intent-Daten sehen Sie klare Signale von echten, aktiven Käufern innerhalb eines Accounts. Mit diesen Erkenntnissen können Sie sehen, wie das Einkaufsteam Gestalt annimmt und es als kohärente Chance verfolgen.

Das High-Value-Offer (HVO)-Konzept:

Ein High-Value-Angebot (HVO) ist nach der Definition von Gartner eine Interaktion, die einen so einzigartigen und zeitnahen geschäftlichen Nutzen bietet, dass sie ein einheitliches Einkaufsteam dazu veranlasst, sich zu engagieren.2 Um die Herausforderungen des Vertriebs zu lösen, ist diese Art von Angebot - das oft die Form eines Meetings annimmt - so konzipiert, dass es das Engagement von Gruppen innerhalb der Ziel-Accounts in einem früheren Stadium fördert. Im Gegensatz zu Angebotsbesprechungen eröffnet die HVO Gespräche; ihr Ziel ist es, die Beziehungen zwischen dem Verkäufer und seinem Ziel zu stärken.

Profi-Tipp: HVOs erfordern Ressourcen. Deshalb sind sie speziell für ABM gedacht, bei dem der Wert und das Potenzial der Accounts von Vertrieb und Marketing vereinbart wurden. Um die Ressourcenzuweisung weiter zu optimieren, sollten Sie Ihre ABM-Liste mithilfe von Purchase Intent-Daten überwachen. So können Sie anhand starker Kaufgruppensignale priorisieren, welche Accounts eine HVO verdienen und welche Themen sie abdecken sollte.

Profi-Tipp: Um einen hohen Wert zu bieten, muss eine HVO für mehrere Mitglieder des Einkaufsteams äußerst relevant sein. Purchase Intent-Daten zeigen Ihnen, welche Inhalte Käufer konsumieren, sodass Sie nicht raten müssen, was die einzelnen Teammitglieder betrifft. Durch die Überwachung der Intent-Daten in Ihrer ABM-Liste kann das Marketing Content-Frameworks für 3 bis 5 Kategorien erstellen, die nur wenige Anpassungen erfordern, um sie für die Bereitstellung fertigzustellen. Das Marketing beginnt den Prozess, sodass das Sales Enablement ihn leicht für einen Verkäufer fertigstellen kann.

Vier hochwertige Offer-Kategorien[3]

Markttrends, Daten und Visionen
Informieren Sie Käufer in einer Live-Sitzung über die neuesten Marktvisionen, eigene oder fremde Daten und Analysen.

Gemeinsame Planung
Bieten Sie eine Sitzung an, die die Herausforderungen des Käufers anhand eines klaren Standpunkts und eines gemeinsamen Aktionsplans löst.

Maßgeschneiderte Erlebnisse
Passen Sie bestehende Inhalte wie E-Books oder White Papers an, um bekannte Herausforderungen der Einkäufer für eine persönliche Diskussion anzusprechen.

Erfahrungen von Kollegen
Treffen Sie sich, um ähnliche Anwendungsfälle von Branchenkollegen mit ähnlichen Herausforderungen, Prozessen, Taktiken und Tools zu teilen.

Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, wie Sie mit hochwertigen Produkten Ihren Umsatz steigern können, **kontaktieren Sie uns noch heute.**

Kontaktieren Sie uns

Quelle:
1 - Gartner: The Chief Sales Officer, First Quarter 2021, "Customer Access Is the Predominant Barrier to Effective Virtual Selling"
2 - Gartner: 3 Pillars of Successful Account-Based Strategy
3 - Gartner | TOPO: High Value Offers

© 2022TechTarget, Inc.

TechTarget