

Pressemitteilung

27. August 2015

Innovation im ERP-Channel: SelectLine Händler profitieren von Lead-Gewinnung durch Hersteller

Partner des Magdeburger Software-Anbieters SelectLine profitieren ab sofort von aktiver Lead-Gewinnung durch den Herstellerpartner. Mit dieser innovativen Vertriebsinitiative stellt das Softwarehaus ein modernes Konzept vor, dass es auf bislang einzigartige Weise ermöglicht, den Vertrieb von Händlern mit konkretem Geschäftspotential zu unterstützen. Möglich gemacht hat das Michael Richter, Leiter Marketing und Vertrieb bei der SelectLine Software GmbH.

Magdeburg. Der Magdeburger Spezialist für kaufmännische Software SelectLine stellt ein im ERP-Channel bislang einzigartiges Vertriebskonzept vor: Ab sofort greift das Softwarehaus seinen Partnern mit aktiver Lead-Gewinnung unter die Arme. Mit dieser Initiative setzt der rein indirekt agierende Anbieter kaufmännischer Lösungen in einem immer komplexeren Marktumfeld ein Zeichen. Fachhändler und Systemhäuser erhalten handfeste Unterstützung im Vertrieb, können ihre eigenen Lead-Verarbeitungsprozesse weiter stärken und sich zugleich noch stärker auf ihr Kerngeschäft fokussieren.

Channel-verbindlich, praktikabel und innovativ

Möglich gemacht hat die Initiative Michael Richter, Leiter Marketing und Vertrieb bei der SelectLine Software GmbH. Richter und sein Team versehen diese neuartige Sales-Initiative und alle zugehörigen Detailfragen dabei mit einer 100-prozentigen Channel-Verbindlichkeit, großer Vertriebsinnovation und außergewöhnlicher Praktikabilität – ganz die Werte, für die SelectLine selbst als Unternehmen im Markt steht.

Das Softwarehaus wird von einer stark wachsenden Kundenzahl vor allem aus dem mittelständischen Umfeld für professionelle kaufmännische Software geschätzt, die hoch flexibel und schnittstellenstark ist, zugleich Standards setzt und mit der individuellen Unternehmensentwicklung mitwachsen kann. Über 20.000 Anwender in Deutschland vertrauen bei ihrer täglichen Arbeit bereits den SelectLine Lösungen aus den Bereichen Warenwirtschaft, Rechnungswesen und Lohn & Gehalt.

Partner schätzen den vollständigen Channel-Fokus, ein reichhaltiges Partnerprogramm mit attraktiven Margen sowie die Einfachheit der Produkte, die gerade regional ansässige Mittelständler dabei unterstützen, an der digitalen Revolution teilzunehmen. Die Produkte von SelectLine bringen Mitarbeiter wie kaum eine andere Software noch enger an die immer individuelleren Workflows von Firmen.

Mit modernem Marketing zum Lead

Genau dieser Wandel ist es, der SelectLine dazu veranlasste, die Lead-Initiative zu starten: Während immer mehr Firmen kaufmännische Software nachfragen, sind immer mehr Fachhändler damit gebunden, ihre eigenen Handelsprozesse an die neuen Erfordernisse des Marktes anzupassen. Ein wichtiger Teil, der hier oft eher hinten ansteht, ist der Wandel des Marketings, vor allem im Online-Umfeld. Immer mehr Partner wünschen sich hier stärkere Unterstützung ihrer Herstellerpartner.

Genau hier setzt die Aktion an: Die von SelectLine angesetzten Lead-Kampagnen verbinden modernes und traditionelles Marketing miteinander, allen voran Online & Content Marketing sowie Telesales. Das Softwarehaus wird seine Aktivitäten in diesem Umfeld ab sofort beachtlich ausbauen, die Inhalte drehen sich von einer branchenspezifischen Ansprache über Branding bis hin zur konkreten Lead-Gewinnung, auch im Rahmen dedizierter Produktkampagnen, etwa via dem professionellen Einsatz von B2B Content Marketing. Sind Leads gewonnen, kommen wiederum Vertriebsbeauftragte zum Einsatz, welche die Kundenanfragen überprüfen, sich mit den passenden Partnern in Verbindung setzen und an der richtigen Stelle übergeben.

Die Partner profitieren doppelt: Da sie im Vertrieb entlastet werden, bleibt ihnen mehr Spielraum für die Lead-Bearbeitung. Die Aktion sieht zudem vor, Partner so lange bei der Lead-Übergabe zu begleiten, wie sie es wünschen.

„Wir bearbeiten alle Leads und verteilen sie regional unter unseren jeweils passenden Partnern. Unsere langjährige Channel-Erfahrung hilft hier natürlich, das nötige Feingefühl und die richtigen Maßnahmen an den Tag zu legen. Das Beste dabei ist, dass wir mit dieser Aktion den Wünschen vieler Partner entsprechen, unsere bestehenden Partnerschaften intensivieren können und alle Beteiligten des Marktes so profitieren – auch die Endkunden. Wir sind glücklich, ein solches Konzept geschaffen zu haben, das in dieser Form einzigartig im deutschen ERP-Umfeld ist“, so Michael Richter.

Textlänge: 4.473 Zeichen mit Leerzeichen