



**BEST PRACTICE**

TG hyLIFT® GmbH in die Köpfe bringen.  
Erfolgreiche Leadgenerierung mit  
OfficeCall Dialog. Marketing. Vertrieb.

## BEST PRACTICE

Beispiel einer erfolgreichen Telefonmarketing-Kampagne von OfficeCall

## Die Ausgangslage.

Der Kunde – TG hyLIFT® GmbH

Inspiriert von den Anforderungen, die moderne Gewerbeimmobilien an ihre Betreiber stellen, bietet TG hyLIFT® GmbH innovative Lösungen zur Reinigung von Photovoltaik-, Glasflächen sowie Fassaden.

Mit über 25 Jahren Erfahrungen im Maschinenbau für Höhenzugangstechnik baut TG hyLIFT® GmbH halbautomatische Reinigungsmaschinen mit dem Gütesiegel Made in Germany. Die gesamten Wertschöpfungskette ist somit in Deutschland angesiedelt, von der Entwicklung über die Produktion und Montage bis hin zur Qualitätssicherung und dem erstklassigem Kundenservice.

### Die Branche

- » Maschinenbau für Höhenzugangstechnik
- » Entwicklung von halbautomatischen Reinigungssystemen

### Die Herausforderung

- » Brand Awareness und Bekanntheitsgrad der Maschinen steigern
- » Mitbewerber auf den internationalen Märkten
- » Datenbank aktualisieren und Bedarf identifizieren
- » Kundenbeziehungen nachhaltig pflegen und aufrechterhalten
- » Lead Conversion und Vereinbaren persönlicher Gespräche
- » Kundenbedürfnisse kennenlernen

### Unsere Lösung

- » Individuelle Telefonmarketing-Kampagnen mit OfficeCall

## Die Herausforderung

### Wie bringe ich meine Produkte in die Köpfe meiner Zielkunden und vergrößere so meine Marktpräsenz?

TG hyLIFT® GmbH schafft mit seinen innovativen Reinigungssystemen einfache Lösungen für die Reinigung schwer zugänglicher Flächen. Photovoltaik, Glasflächen sowie Fassaden – all das ist kein Problem für die hochspezialisierten hyCLEANER® von TG hyLIFT® GmbH. Deutsche Ingenieurskunst garantiert dabei beste Qualität in der gesamten Wertschöpfungskette, von der Produktion bis zum Kundenservice. TG hyLIFT® GmbH hat mit seinen Produkten erfolgreich die Reinigung von schwer erreichbaren Flächen zu optimieren. Forschung und Entwicklung laufen auf Hochtouren und die ersten großen Aufträge sind bereits an Land gezogen. Doch an einem bestimmten Punkt scheint das Wachstum zu stagnieren. Es wird schwieriger neue Interessenten zu erreichen. An dieser Stelle steht jedes Unternehmen vor der großen Frage: Wie bringe ich meine Produkte in die Köpfe meiner Zielkunden und vergrößere so meine Marktpräsenz? Durch ihr hochspezialisiertes Anwendungsfeld hat TG hyLIFT® GmbH das Problem, in den Köpfen seiner Zielkunden noch nicht ausreichend präsent zu sein. Es existiert eine Datenbank mit hart erarbeiteten Leads, doch gleichzeitig fehlen die Ressourcen, diese zu Kunden zu machen. Genau das Problem kennen wohl die meisten Unternehmen in Nischenbranchen. Doch an dieser Stelle lässt sich ansetzen. Lead Generierung und Lead Conversion gehen dabei

Hand in Hand und lassen sich mit ein und demselben Lösungsweg angehen. Der erste Gedanke geht oft in Richtung des aktuellen Trendworts Online und Social Media Marketing. Die Ausgaben für diesen Bestandteil des Marketingmixes steigen in den letzten Jahren rapide – und das ist verständlich, wenn man bedenkt, dass ein großer Teil des Lebens bereits online stattfindet. Noch wichtiger ist es jedoch, die Kunden aktiv und direkt anzusprechen und bis dahin unbekannte Begehren zu wecken. Das geht nach wie vor am besten persönlich. Und da liegt der große Nachteil vieler Strategien: sie sorgen dafür, dass die Produkte wahrgenommen werden, jedoch nicht, dass sie in den Köpfen der Zielkunden hängenbleiben. Um auch das zu erreichen, ist der effektivste Weg ein persönliches Gespräch mit dem richtigen Ansprechpartner oder Entscheider, in dem Begeisterung für die Produkte und für das Unternehmen geweckt wird. Die effizienteste Lösung dafür lautet Telefonakquise.



## BEST PRACTICE

Beispiel einer erfolgreichen Telefonmarketing-Kampagne von OfficeCall

### Unsere Lösung

Mit OfficeCall hat TG hyLIFT® GmbH einen verlässlichen und kompetenten Vertriebspartner an seiner Seite, der eine individuell abgestimmte Telefonmarketing Kampagne für das Unternehmen ausarbeitet und eigenständig durchführt. OfficeCall Telefonmarketing setzt dort an, wo vielen Unternehmen die Ressourcen fehlen. Die Schlagworte des Tages sind Brand Awareness und Lead Conversion.

### EINE KAMPAGNE IST NUR SO GUT WIE IHRE BASIS

Zu diesem Zweck wird TG hyLIFT® GmbH zu einem intensiven Briefing Gespräch mit den OfficeCall Mitarbeitern eingeladen. Hier werden in enger Zusammenarbeit erste Ansatzstellen identifiziert, um eine wirkungsvolle Strategie erarbeiten zu können. TG hyLIFT® GmbH schult die Office Call Mitarbeiter und macht sie nach und nach zu Experten ihrer Produkte. Sie lernen die Branche und die Zielkunden von TG hyLIFT® GmbH bis ins kleinste Detail kennen und können so sofort eigenständig im Namen von TG hyLIFT® GmbH arbeiten.

Konkret heißt das: die OfficeCall Mitarbeiter erarbeiten eine individuell auf das Unternehmen abgestimmte Telefonmarketing Kampagne für TG hyLIFT® GmbH und übernehmen diese vollständig. Dafür telefonieren sie für das Unternehmen mit potenziellen Neukunden sowie mit Bestandskunden. Die OfficeCall Mitarbeiter arbeiten hochkonzentriert und autonom dem Projekt und TG hyLIFT® GmbH profitiert von der Entlastung der eigenen Mitarbeiter. So können gesparte Ressourcen in weitere Marketing Maßnahmen gesteckt werden, die sich gegenseitig unterstützen.

» » »

### TIPP

*„Office Call ist kein Callcenter, sondern kann als verlängerter Vertriebsarm verstanden werden: Das ist Ihr großer Vorteil.“*



Ich bin  
**Andreas Grochowiak,**  
Geschäftsführer von  
TG hyLIFT

## BEST PRACTICE

Beispiel einer erfolgreichen Telefonmarketing-Kampagne von OfficeCall

Konkret hilft OfficeCall Telefonmarketing der TG hyLIFT® GmbH jedes Jahr 4 bis 6 Wochen vor den ersten Messen mit zielstrebigem Telefonakquise einen Headstart in die neue Saison zu gewinnen. OfficeCall fungiert dabei als verlängerter Vertriebsarm, welcher regelmäßigen Kontakt zu möglichen Interessenten pflegt und hier als persönlicher Ansprechpartner dient.

*„Diese persönliche Note [...] zeichnet OfficeCall als engen, kompetenten und transparenten Vertriebspartner aus und hebt das Unternehmen von normalen Call-centern ab.“*

*- Andreas Grochowiak*

Das verschaffe den entscheidenden Vorteil. Dafür tritt OfficeCall aktiv mit Zielkunden und Leads in Verbindung und pflegt nachhaltig den Kontakt zu potenziellen Kunden. Die mehrstufige Strategie nach dem Prinzip Call – Mail – Call schafft nicht nur Vertrauen bei den Kunden, sondern gibt OfficeCall auch großen Vorteil seinen Gesprächspartnern auf den Zahn zu fühlen und Feedback zu den Kampagnen zu sammeln. Diese kostenlose Form der

Marktforschung ist einer der entscheidendsten Benefits der engen und persönlichen Beziehung zu den Kunden. So können Probleme frühzeitig identifiziert und die weitere Zusammenarbeit effektiv vorangetrieben werden. Nur wer seine Zielkunden in und auswendig kennt, kann ihre Bedürfnisse identifizieren und die Strategien perfekt abstimmen.



### CALL

Erstkontakt  
Telefonische Qualifizierung des Entscheiders und des Bedarfs.



### MAIL

Info-Versand  
Vertriebsunterlagen, Angebote und andere Dokumente.



### CALL

Nachfassaktion  
Telefonischer Nachfass / Verkauf oder Terminvereinbarung für den Außendienst.

## BEST PRACTICE

Beispiel einer erfolgreichen Telefonmarketing-Kampagne von OfficeCall

### ORDNUNG IST DIE HALBE MIETE

In einem weiteren Schritt bringt OfficeCall die bestehenden Datenbanken von TG hyLIFT® GmbH auf den aktuellen Stand und reichert die Adressdaten mit Details zu den richtigen Ansprechpartnern, der zu reinigenden Fläche, den bisherigen Reinigungslösungen sowie zu den jeweiligen Mitbewerbern an und ermittelt die Umsatzpotenziale. Eine saubere und gut sortierte Datenbank ist Voraussetzung für erfolgreiche Akquisearbeit. Auf dieser Basis heißt es nun, die richtigen Entscheider zu identifizieren, um Termine zur Vorstellung zu vereinbaren, um TG hyLIFT® GmbH die Chance zu geben diese auch persönlich von seinen innovativen Produkten zu begeistern. Auch nachdem der Erstkontakt hergestellt wurde unterstützt OfficeCall bei der weiterführenden Betreuung und Pflege der Kundenbeziehung und sorgt für nachhaltige Bindung.



## Telefonmarketing Manufaktur statt Call Center

Den klassischen Problemen eines Call Centers wirkt OfficeCall dabei von Anfang an entgegen. Persönliche und langfristige Kundenbeziehungen, eine kompetente und transparente Arbeitsweise und klar messbaren Erfolge sind die Ansprüche von OfficeCall und seinen Kunden. Geschäftsführer Andreas Gochowiak und seine verantwortlichen Mitarbeiter haben im Zuge dessen jederzeit die Möglichkeit, aktuelle Zahlen und Erfolge einzusehen und die Marketingstrategie gegebenenfalls auf Grundlage des von OfficeCall gesammelten Feedbacks anzupassen. Darüber hinaus besteht jederzeit das Angebot, in laufende Gespräche der OfficeCall Mitarbeiter mit den Kunden reinzuhören, um einen Eindruck von deren Arbeitsweise zu gewinnen. Dieser Aspekt sorgt für eine Arbeitsumgebung, die von Vertrauen und Transparenz geprägt ist.

## BEST PRACTICE

Beispiel einer erfolgreichen Telefonmarketing-Kampagne von OfficeCall

## Ergebnisse und Ausblick



### UMSATZ MESSBAR GESTEIGERT

Die Erfolgsquote von OfficeCall liegt bei 2-3%.



### GEORDNETE DATENBANK

Die bestehende Adressdatenbank wird mit neuen relevanten Informationen angereichert und von veralteten Daten befreit.



### GESTEIGERTE BEKANNTHEIT

Durch gezielte Maßnahmen konnte die Brand Awareness in den Köpfen der Kunden gesteigert werden.



### ZUKÜNFTIGE ZUSAMMENARBEIT

Mit der Kampagne wurde die Basis für weiterführende Zusammenarbeit gelegt.

Die Telefonmarketing Kampagne zeigt schnell Wirkung: Bereits nach kurzer Zeit lässt sich feststellen, dass wichtige Kundengespräche stattfinden, die klar auf OfficeCall zurückzuführen sind. Der Verkauf von hyCLEANER® von TG hyLIFT® GmbH wurde deutlich angekurbelt und der Service kann besser auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt werden. Auf dieser Grundlage sind die regelmäßigen Telefonmarketing Kampagnen bei TG hyLIFT® GmbH ein fester Bestandteil des gesamten Marketingmixes geworden. Wenn auch Sie sich vor diesen Herausforderungen wiederfinden, zögern Sie nicht und schöpfen Sie Ihre vollen Potenziale aus. Kontaktieren Sie OfficeCall Telefonmarketing per E-Mail unter [info@office-call.de](mailto:info@office-call.de) oder **telefonisch: 0251 / 23 776 30**

Mein Ziel, Ihnen eine handliche und nützliche Anleitung an die Hand zu geben und Ihnen den Einstieg in erfolgreiches Telefonmarketing zu erleichtern, ist hiermit erfüllt. Es war mir eine Freude, Sie von der ersten Planungsphase über die konkreten Vorbereitungen und die eigentlichen Telefonate, bis hin zur Nachbereitung und schließlich dem Kundentermin zu begleiten und hoffe, dass es Ihnen ebenso viel Spaß gemacht hat, wie mir. Jetzt liegt es an Ihnen!

Für weitere Tipps zum Thema Telefonieren, besuchen Sie uns gerne auf [www.office-call.de](http://www.office-call.de) und lassen Sie sich inspirieren.

Den Inhalt präsentiert Ihnen OfficeCall GmbH.

Wir sind an Ihrer Seite, wenn Sie Ihre Kundenzahl erhöhen, aus Gelegenheits-Kunden Stammkunden und aus C Kunden A Kunden machen möchten. Profitieren Sie von unseren Erfahrungen und unserem Know-How. Wir verstehen es, unterschiedliche Ansprechpartner sympathisch und genauso absichtsvoll anzusprechen. Um so die Geschäftskontakte zu intensivieren und die Umsatzzahlen zu steigern. Dafür sorgt das geschulte und verkaufsorientierte OfficeCall Team. Um unseren Standards und auch denen unserer Kunden gerecht zu werden, setzen wir auf Offenheit und Transparenz. Dazu bieten wir die Möglichkeit, jederzeit die Erfolge und Arbeitsabläufe der laufenden Kampagnen einzusehen. Als verlängerter Vertriebsarm ist OfficeCall GmbH weit mehr als ein CallCenter: Wir verstehen uns als strategischen Vertriebspartner an Ihrer Seite.

\* aus Gründen der besseren Lesbarkeit steht in diesem Whitepaper die männliche Form stellvertretend für alle Geschlechter

## OfficeCall GmbH

Wüllnerstraße 3  
48149 Münster  
0251 / 23 776 30  
0251 / 23 776 30 – 2 (Fax)

[info@office-call.de](mailto:info@office-call.de)  
[www.office-call.de](http://www.office-call.de)