



«UNSERE LEISTUNG IST NUR SO GUT WIE
DAS GEFÜHL, DAS WIR HINTERLASSEN.
ALS DEINE STIMME ÖFFNEN WIR TÜREN
FÜR NEUE GESCHÄFTE IM B2B»

Einführung

In einer digitalen Welt, in der Entscheidungen in Sekundenschnelle getroffen werden...

Du bist rund um die Uhr digital vernetzt und triffst Entscheidungen schneller denn je. Du scrollst, klickst, vergleichst - alles ist nur einen Swipe entfernt. Und im Geschäftskundenumfeld - wie ist es da?

Es geht um mehr als Klicks. Es geht um Vertrauen. Um Persönlichkeit. Um echte Nähe.

Im B2B zählt nach wie vor der persönliche Kontakt - gerade in einer zunehmend digitalen Welt.

Moderner Vertrieb verbindet digitale Sichtbarkeit mit menschlicher Qualität. Denn am Ende entscheiden nicht nur Zahlen, sondern Beziehungen.

In diesem Whitepaper erfährst du, wie du dein Sales-Team gezielt stärkst, digitale Touchpoints wirkungsvoll nutzt und nachhaltiges Kundenwachstum erzielst - mit System, Erfahrung und einer Portion Mut.

we open doors.

GIRGIN Switzerland AG

Zielkunden wirklich verstehen

Viele Unternehmen werden vom Tagesgeschäft getrieben - statt sich vom echten Kundenverständnis leiten zu lassen.

Stell dir vor, du investierst deine Zeit nur in die Menschen, die wirklich zu deinem Unternehmen passen - emotional, fachlich und wirtschaftlich. Genau dann beginnt nachhaltiger Vertrieb.

Das **I | D | E | A | L - Modell** ist ein Werkzeug, um genau das zu erreichen: Nachhaltigen Markterfolg durch die Verbindung von Daten, Emotionen und Loyalität.

Klingt einfach: Doch in der Praxis zeigt sich oft ein anderes Bild. Viele Unternehmen und Vertriebsteams haben nur ein vages Verständnis davon, wer ihre idealen Kunden wirklich sind - oder verlieren den Fokus unter dem Druck von Umsatzzielen und kurzfristigen Erfolgen. Statt echter Kundenbindung dominiert dann die Jagd nach schnellen Abschlüssen. Das **I | D | E | A | L - Modell** hilft dir, den Blick wieder zu schärfen - für die Menschen, die wirklich zu deinem Unternehmen passen.

Schau dir deine besten Kunden einmal ganz genau an - und berücksichtige dabei sowohl rationale Fakten als auch emotionale Aspekte. Branchenzugehörigkeit, Unternehmensgrösse, regionale Ausrichtung, Umsatzpotenzial: Das sind messbare Kriterien, die sich im CRM-System erfassen und zu klaren Kundenprofilen verdichten lassen. Daraus entstehen deine «Perfect Fit Customers»- genau die Kunden, von denen du mehr gewinnen willst.

Noch wirkungsvoller wird es, wenn emotionale Faktoren wie Sympathie, gemeinsame Werte oder ähnliche Interessen in die Kundenbeziehung einfließen. Sie bilden das Fundament für Vertrauen - und damit für langfristige Kundenbindung.

Vertrauen sorgt dafür, dass Kunden auch bei Preisunterschieden loyal bleiben, weil sie die persönliche Beziehung und gemeinsame Werte höher gewichten als kurzfristige Vorteile.

I | D | E | A | L

IDENTIFIZIEREN

Wer sind deine erfolgreichsten und zufriedensten Kunden?

DATEN

Nutze CRM-Daten wie Branche, Firmengrösse, Standort, Umsatzpotenzial

EMOTIONEN

Welche Werte, Interessen u Persönlichkeits-merkmale passen zu deinem Unternehmen?

ANALYSIEREN

Welche Muster und Gemeinsamkeiten?

LOYALITÄT

Pflege die Beziehung zu „Traumkunden“ gezielt

Wo sich deine «Soulmates» aufhalten

Deine idealen Kunden sind da draussen - die Frage ist nur:

Wo genau?

Die Antwort liefern Personas, genauer gesagt: **Perfect Fit Personas**. Sie basieren auf realen Daten und fundierter Marktforschung und helfen dir zu verstehen, wie deine Wunschkunden denken, wo sie sich informieren - und wo du sie erreichen kannst.

Mit diesen Erkenntnissen kann sich dein Sales-Team gezielt dort positionieren, wo sich potenzielle „Perfect Fit Customers“ aufhalten - und ihr Verhalten besser einschätzen.

Ob in Unternehmensnetzwerken, auf Fachmessen, Branchenevents, Seminaren oder auf Online-Plattformen, auf denen Wissen und Trends geteilt werden: Das sind die Orte, an denen echte Kundenbeziehungen beginnen.

Wer seine Soulmate-Customers kennt, weiss nicht nur, wer sie sind - sondern auch, wo sie sind.

Business Personas

Die Business Persona ist eine fiktive, aber datenbasierte Darstellung eines idealen Zielunternehmens. Sie basiert auf Marktanalysen, Kundenfeedback und realen Geschäftsdaten. Die folgende Struktur hilft dabei, Zielsegmente präzise zu definieren und gezielt anzusprechen.

Firmografische Merkmale

- Branche / Industriezweig
- Unternehmensgrösse (z. B. Mitarbeiterzahl, Umsatz, Büroarbeitsplätze, etc.)
- Standort(e) (lokal, national, international)
- Reifegrad (Start-up, KMU, Konzern)

Kaufverhalten & Entscheidungsprozesse

- Entscheidungsstruktur (zentralisiert vs. dezentralisiert)
- Planungs- und Beschaffungszyklen (z. B. jährlich, projektbasiert)
- Typische Kaufkanäle (Direktvertrieb, Partnernetzwerke, Online)
- Typische Buyer Roles (z. B. CIO/IT-Leitung, CTO, CISO, Einkauf, etc.)

Motivation & Bedarfsauslöser

- Wann beginnt ein Unternehmen aktiv nach einer Lösung wie deiner zu suchen?
- Welche strategischen Ziele verfolgt es dabei? (z. B. Wachstum, Effizienzsteigerung, Innovation, Sicherheit)
- Welche konkreten Ereignisse oder Veränderungen lösen den Bedarf aus?
- Welche internen oder externen Faktoren erhöhen den Handlungsdruck?

Typische Auslöser & Motivatoren

- Umsatzsteigerung (z. B. durch neue Märkte, Skalierung)
- Strategische Events (z. B. Standorterweiterung, Reorganisation, M&A)
- Transformation (z. B. Digitalisierung, Cloud-Migration, Remote Work)
- Pain Points (z. B. instabile Infrastruktur, langsamer Support, Sicherheitsbedenken)
- Interne Hürden (z. B. veraltete Systeme, Fachkräftemangel)
- Externe Herausforderungen (z. B. regulatorische Anforderungen, Wettbewerbsdruck)

Nutzenversprechen & Mehrwert

- Welche konkreten Vorteile bietest du dem Unternehmen?
- Wie unterstützt du es bei der Erreichung seiner strategischen Ziele?
- Wie unterscheidet sich dein Angebot vom Wettbewerb - technologisch, wirtschaftlich oder im Service?

Hauptkaufargumente

- Return on Investment (ROI)
- Technologischer Vorsprung
- Skalierbarkeit & Zukunftssicherheit
- Support- & Servicequalität
- Referenzen & Case Studies

B2B Sales und ICT-Branche im Fokus

Im B2B-Vertrieb - insbesondere in der ICT-Branche - ist fundiertes Wissen über die Zielkundengruppen entscheidend. Denn Investitionsentscheidungen werden durch eine Vielzahl von Faktoren ausgelöst, darunter:

- Rasante technologische Entwicklungen
- Neue gesetzliche Vorgaben, die erhöhte Sicherheitsmassnahmen erfordern
- Moderne Arbeitsmodelle für zeit- und ortsunabhängige Zusammenarbeit
- Software-Upgrades und Systemerneuerungen
- Optimierung des Total Cost of Ownership (TCO)

...und viele weitere Impulse

Ein erfolgreiches Sales-Team kennt diese Auslöser und nutzt gezieltes Profiling, um zu erkennen, wo potenzielle Kunden aktuell stehen. Mit systematischer Terminierung ist man zur richtigen Zeit am richtigen Ort - und kann den Entscheidungsprozess aktiv mitgestalten.

Wichtige Fragen dabei:

- Welche IT-Systeme sind im Einsatz?
- Was sind die aktuellen Vertragslaufzeiten und Erneuerungszyklen (End of Life)?
- Wie ist die Arbeitsplatzorganisation und das Management strukturiert?
- Welche Beschaffungsstrategie verfolgt der Kunde?

Ein kontinuierlich gepflegtes und mit aktuellen Informationen angereichertes CRM wird so zum zentralen Werkzeug eines erfolgreichen Verkaufsprozesses - datenbasiert, strategisch und kundennah.

Keine (Sales-) Energie verschwenden

Du willst keine Zeit mehr mit Gesprächen verschwenden, die ins Leere laufen? Dann konzentriere dich auf die Kontakte, die wirklich Potenzial haben.

Klassische Methoden wie BANT (Budget, Authority, Need, Timeline) sind ein guter Anfang - aber in der heutigen Vertriebswelt nicht mehr genug.

Heute zählen: Verhalten. Timing. Digitale Signale.

Ein intelligentes Lead-Scoring-System hilft dir, genau die Kunden zu identifizieren, die wirklich bereit sind - und spart dir wertvolle Zeit und Energie.

Der Schlüssel liegt in der richtigen Vorbereitung: Mit einem klar definierten Scoring-Modell erkennst du frühzeitig, wo sich echte Chancen verbergen.

Die klassische BANT-Methode bildet dabei eine solide Grundlage:

- Budget - Ist ein Budget vorhanden?
- Authority - Hat die Kontaktperson Entscheidungsbefugnis?
- Need - Gibt es einen konkreten Bedarf?
- Timeline - Passt der Zeitpunkt?

Kombiniert mit modernen, datenbasierten Insights wird daraus ein echter Energy-Saver für deinen Vertrieb.

Warum BANT allein nicht mehr ausreicht

Die klassische BANT-Methode ist ein bewährtes Werkzeug - aber in der heutigen, digitalen Vertriebswelt oft nicht mehr ausreichend.

Sie berücksichtigt keine digitalen Verhaltenssignale wie Website-Besuche, Downloads, Klicks in Newslettern oder Event-Teilnahmen - alles Hinweise auf echtes Interesse.

Zudem sind Budgetverantwortung und Entscheidungsbefugnisse heute häufig auf mehrere Personen oder Abteilungen verteilt.

Dennoch kann BANT weiterhin wertvolle Dienste leisten - insbesondere im persönlichen Dialog. Durch gezielte Fragen zu den Zielen und Herausforderungen eines Unternehmens lassen sich Bedürfnisse besser erkennen und Leads sinnvoll vorqualifizieren.

Erst ein professionelles, erweitertes Scoring-Modell macht daraus ein leistungsfähiges System: Es bewertet Abschlusschancen datenbasiert und hilft deinem Team, sich auf die Kontakte mit dem höchsten Potenzial zu konzentrieren.



Vertriebszeit maximieren



Eigentlich sollte der Vertrieb verkaufen - doch die Realität sieht oft anders aus.

Ein Grossteil der Arbeitszeit von Sales-Teams fließt in administrative Aufgaben: Präsentationen erstellen, Reports schreiben, CRM-Daten pflegen, interne Meetings führen. Für die eigentliche Verkaufstätigkeit bleibt oft nur ein Viertel der verfügbaren Zeit.

Und selbst diese 25 % werden häufig durch ineffiziente „Call-out-Days“ oder unstrukturierte Neukundenaktivitäten blockiert. Wertvolle Ressourcen verpuffen - ohne direkten Beitrag zum Unternehmenserfolg.

Der Schlüssel liegt in der Fokussierung: Wenn die telefonische Erstansprache an einen professionellen, geschulten Dienstleister ausgelagert wird, kann sich dein Sales-Team auf das konzentrieren, was wirklich zählt - den Abschluss.

Weniger administrativer Ballast, mehr Effizienz, mehr Wirkung.

Verkaufen ist Teamarbeit

Erfolgreicher Vertrieb ist kein Einzelkampf - er ist das Ergebnis echter Zusammenarbeit.

Jede Abteilung trägt zum Verkauf bei: Vom Marketing über den Kundenservice bis hin zur IT. Wenn alle den Kunden ins Zentrum ihres Handelns stellen, entstehen Lösungen mit Strahlkraft - relevant, wirksam und nachhaltig.

Verkauf ist kein Zufallsprodukt. Es ist ein strategisches Projekt - mit klarer Struktur, messbaren Zielen und echtem Impact.

Mach den Verkaufsprozess zur gemeinsamen Aufgabe im Unternehmen. Denn jeder Mitarbeitende bringt wertvolles Wissen ein, das den Unterschied macht - sei es durch technische Expertise, kreative Ideen oder kundennahe Insights.

Der Verkaufsprozess wird zum Projekt - und sollte auch so organisiert sein: End-to-End, abgestimmt von der ersten Marketingmassnahme bis zum messbaren Return on Investment.

Nur wenn alle an einem Strang ziehen, entstehen Erfolge mit nachhaltiger Wirkung - und das Rad muss nicht jedes Mal neu erfunden werden.



Türöffner für deinen Vertrieb

Der erste Kontakt entscheidet - und genau hier setzen wir an.

Unsere pfannenfertigen Termine entlasten dein Sales-Team, sparen Kosten und steigern die Abschlussquote. Mit unserem erprobten NCRM-Prozess (New Customer Relationship Management) bringen wir dich zur richtigen Zeit mit den richtigen Entscheider:innen ins Gespräch. Keine Theorie - sondern gelebte Praxis. Mit System.

Ob Erstkontakt, Kaltakquise oder Leadqualifizierung: Viele erfahrene Sales-Profis tun sich mit diesem Teil des Verkaufsprozesses schwer. Doch wenn ihnen diese Tür geöffnet wird, können sie ihr volles Potenzial entfalten.

Ein firmeninterner Pool an geschulten „Türöffnern“ ist teuer und schwer aufzubauen. Genau hier kommen wir ins Spiel - unsere vorbereiteten Termine schaffen hier Abhilfe:

- **Zielgerichtete Kundenansprache** - dort, wo echte Verkaufschancen bestehen
- **Leadverteilung nach Kapazitäten** - für maximale Effizienz
- **Transparenz im Sales-Prozess** - inklusive klarer KPIs

Wir sind dein Schlüsselbund.

Mit unserem NCRM-Prozess identifizieren wir relevante Entscheider:innen, bauen frühzeitig Beziehungen auf und erkennen echte Verkaufschancen - bevor sie andere entdecken.

Unsere erfahrenen Mitarbeitenden bleiben über die gesamte Vorverkaufsphase hinweg die konstante Ansprechperson. Nach einer klaren Leaddefinition eruieren wir Beschaffungsprojekte und -potenziale und liefern dir qualifizierte Verkaufschancen in Echtzeit.

So öffnen wir deinem Sales-Team die Tür - mit einem professionellen Erstkontakt, der Vertrauen schafft und den Weg für erfolgreiche Verkaufsgespräche ebnet.



Über GIRGIN Switzerland AG

Wir bei GIRGIN leben B2B-Vertrieb mit Herz, Verstand und Methode.

Unser Team ist spezialisiert auf strategische Akquise, smarte Leadgenerierung und digitale Sales Excellence - mit besonderem Fokus auf die ICT-Branche.

Was uns auszeichnet? **Erfahrung, Neugier, Ehrlichkeit.** Und der Anspruch, dir nicht nur Kontakte zu liefern, sondern echte Chancen.

Der Name GIRGIN steht für Kontaktfreude - und genau das leben wir. Als inhabergeführtes Unternehmen mit einem erfahrenen Team sind wir dein professioneller Outsourcing-Partner für **Tele-Account-Management, Telemarketing und B2B Leadgenerierung.**

Mit modernen Vertriebs- und Marketinginstrumenten pflegen wir über **250 aktive Kundenbeziehungen** im B2B-Markt - viele davon langjährig, viele aus der ICT-Branche.

Wir generieren **Sales Qualified Leads (SQLs)** bei Erst- und Folgekontakten und unterstützen dich beim Aufbau von **Marketing Qualified Leads (MQLs)** sowie im Response Management.

Im Zentrum unseres Handelns steht die nachhaltige Entwicklung deines Unternehmens.

Dein Erfolg ist unser Ziel - aufmerksam, ehrlich und flexibel. Denn nur wenn du gewinnst, gewinnen auch wir.

Wir sind...



...lernfreudig

wir wollen verstehen und lernen täglich Neues dazu

...überzeugend

wir wissen, von was wir reden und begeistern andere damit



...mutig

wir machen den ersten Schritt



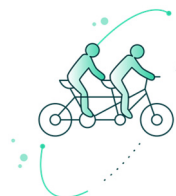
...neugierig

wir hören zu und stellen Fragen



...kontaktfreudig

wir öffnen Türen und bauen Beziehungen auf



...kollegial

wir übernehmen Verantwortung und vertrauen uns

...wandlungsfähig

wir tragen den Hut unserer Kunden und bleiben dabei authentisch

