



ERFOLGSSTORY

VETRIEB DIGITAL WASSERSPEZIALIST BEVO SETZT AUF UDO

UDO.SCHOBER.DE



DIGITALISIERTER VERTRIEB VERKÜRZT UND BESCHLEUNIGT DEN WEG ZUM KUNDEN

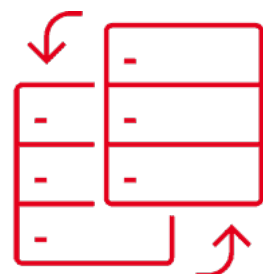
Die Schober Information Group Deutschland GmbH digitalisiert den Vertrieb des technischen Großhändlers bevo GmbH. Der Spezialist für Wassertechnik will im digitalen Geschäft stark wachsen und hat dazu [Schober UDO](#) (Universal Data Orchestration) eingeführt. Seit Juni hat das Projekt-Team auf UDO zahlreiche Anwendungen implementiert, die Verkäufer entlasten: neue Leads, besseres Lead-Nurturing, mehr Conversion. Zudem setzt die Automatisierung des Vertriebs signifikante Ressourcen für eine intensivere Kundenbetreuung frei. Besonders pfiffig: Die Norddeutschen kombinieren UDO mit [Schober bearch](#).

„...den Weg zum Kunden schneller und kürzer“

Der Vertrieb im technischen Großhandel hat sich in zwei Hinsichten stark verändert: „Zum einen ist an die Stelle des Produktverkaufs der Lösungsverkauf getreten. Zum anderen findet die Kommunikation unserer Kunden stärker online statt. Daher hat bevo beschlossen, digital zu wachsen. Mit Schober machen wir den Weg zum Kunden schneller und kürzer“, sagt Frank Bielecki, Geschäftsführer der bevo Vertriebs GmbH. Das Unternehmen verkauft Wassertechnik zur Anwendung in Gärten, Landwirtschaft, Gebäude- und Umwelttechnik oder auch im Anlagenbau. Das macht die Neukunden-Akquise enorm aufwändig, denn bevo richtet sich an Kunden in ganz unterschiedlichen Nischenmärkten – Garten- und Landschaftsbauer, Poolbauer, Landwirte und Industrie-Architekten. Die Lösung: Vertriebs- und Marketing-Automation.

Vertriebs- und Marketing-Automation: Cross- und Upselling

Neue Kontakte für den Vertrieb einfacher gewinnen und den Weg vom ersten Kontakt bis zum Verkauf kürzer gestalten – mit diesen Zielen entscheidet sich bevo nach dreimonatigem Test für Schober. Mit der Schober Plattform UDO hat man die technische Grundlage zur Automatisierung von Vertrieb und Marketing gelegt. Derzeit sind neun Anwendungen projektiert, fünf sind bereits in Nutzung, weitere in Planung. So ermittelt UDO gezielt die Möglichkeiten für Cross- und Upselling. Analysen und KI ermitteln aus Auftragsdaten und Kaufhistorie umsatztreibende Produktkombinationen. Wer etwa PE-Rohre kauft, braucht auch Kleber. Wenn er den nicht sofort kauft, sendet UDO eine Trigger-Mail mit Angeboten. Bei komplexeren Optionen geht der Kontakt an einen Verkaufsberater.



Neue Kunden, aber 90 Prozent weniger Aufwand

Eine andere UDO Anwendung optimiert die Neukunden-Gewinnung – etwa im Nischenmarkt automatisierte Gartenbewässerungen. Vor UDO (und Covid19) hat bevo hierzu bundesweite Roadshows mit Schulungen veranstaltet. Heute ermittelt UDO in Kombination mit bearch Marktpotenzial und Neukunden automatisiert. Zusätzlicher Vorteil durch bearch: Leads lassen sich direkt über Merkmale aus der Online-Welt erschließen, bevor sie zu Webinaren eingeladen und geschult werden. Erst danach nehmen die Verkäufer persönlich Kontakt auf und beraten bei der Lösungsfindung bis zum Verkaufsabschluss. Geschäftsführer Bielezki macht eine deutliche Rechnung auf: „Früher brauchten wir für die Roadshow rund 100 Arbeitstage, mit UDO generieren wir die gleiche Kundenanzahl in zehn Arbeitstagen. Das ist 90 Prozent weniger Aufwand.“



Weitere Anwendungen auf der UDO Plattform

bevo automatisiert mit anderen Anwendungen auf Basis von UDO seine Marketing- und Vertriebsaktivitäten weiter. Neben Web Analytics, Cross-Channel-Tracking und Next-Best-Action Trigger-Kampagnen setzt man große Erwartungen in ein Projekt zum Lead-Scoring. Die Bewertung der tatsächlichen Verkaufschancen sorgt für eine klare Priorisierung der Vertriebsaktivitäten und höhere Produktivität, so Frank Bielezki.

„Mit Schober UDO erhöhen wir unsere digitalen Verkäufe deutlich. Wir gehen davon aus, dass wir im Jahr bis zu 2.000 Leads zusätzlich generieren können. Der Weg zum Kunden ist kürzer und schneller, das ist ein überzeugendes Ergebnis aus der Zusammenarbeit mit Schober“, so Frank Bielezki, Geschäftsführer der bevo Vertriebs GmbH.

„bevo hat neue Standards im datengetriebenen Vertrieb gesetzt. Dabei bieten Schober UDO und bearch dem B2B Wasserspezialisten die passende technologische Basis, um selbst die besonders hohen Anforderungen in einem sehr spezialisierten Marktumfeld zu digitalisieren“, freut sich Martin Brahm, Chief Sales Officer der Schober Information Group Deutschland GmbH.

Über bevo Vertriebs GmbH:

Ob im Garten oder in der Landwirtschaft, in der Gebäude- und Umwelttechnik oder im Anlagenbau, bevo ist der professionelle Partner für Projekte in der Wassertechnik. Als Teil der europäischen MegaGroup profitiert bevo von einem breiten Produktportfolio, einer modernen Logistik-Infrastruktur und über 75 Jahren Erfahrung in der Wassertechnik. Mit über 20.000 Produkten bietet das Sortiment für alle Bedürfnisse in der Wassertechnik die passende Lösung. Ein engagiertes Service Team steht bei der Auswahl der passenden Komponenten und deren Installation beratend zur Seite. Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.bevo.com

SCHOBER

WIR BERATEN SIE GERNE

ÜBER SCHOBER:

Die Schober Information Group Deutschland GmbH berät und unterstützt Kunden strategisch mit On- und Offline-Lösungen sowie bei der systematischen Umsetzung von crossmedialen Kommunikations-, Werbe- und Verkaufsstrategien. Basis des Leistungsangebotes sind die jahrzehntelangen Erfahrungen im Bereich Daten sowie fundiertes Methodenwissen in den Feldern Data Quality, aCRM und Targeting.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.schober.de

Mehr zu Schober UDO finden Sie unter: udo.schober.de

KONTAKT:

Schober Information Group
Deutschland GmbH
Meisenweg 37
70771 Leinfelden-Echterdingen

Rufen Sie uns an:

+ 49 (0)7156 304-0

Oder schreiben Sie uns:

service@schober.de

