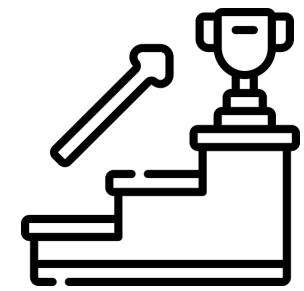


## PROBLEMATIK

Der globale Wettbewerbsdruck ermöglicht rasante Fortschritte wie Industrie 4.0, Smart Factorys oder Big Data. Aus diesem Grund galt daher im B2B Bereich, die Aufmerksamkeit vorwiegend der technologischen Innovation, Prozessoptimierung und der Automatisierung. Allerdings wird oftmals die Kundenzentrierung, welches für den Unternehmenserfolg von enormer Bedeutung ist, vernachlässigt.

Der Vertrieb ist für den Erstkontakt essentiell und trägt maßgeblich für das Wachstum eines Unternehmens bei.

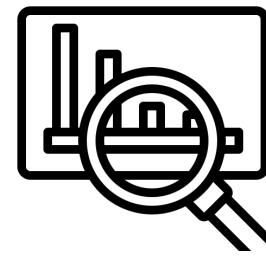


## VORGEHENSWEISE

Zur Erfüllung der Leitfragen und Ziele, bedarf es einer allgemeinen Inhaltsanalyse der Thematik. Es gibt reichlich Literatur zu B2B Marketing, jedoch nur wenige, qualitativ hochwertige Fachliteratur zur B2B Neukundengewinnung.

Aufgrund dessen wird das vorhandene literarische Wissen im zweiten Schritt, mit realen Erfahrungen verglichen. Durchgeführt wird dies in Form von Einzelinterviews. Mithilfe von Experten, die sich in Führungspositionen befinden.

Anschließend werden die daraus gewonnenen Erkenntnisse ausgewertet und als Handlungsempfehlung ausgearbeitet.



## ERGEBNIS

- Abgrenzung von B2B- und B2C-Märkten
- Überblick über das Kaufverhalten von B2B-Märkten
- Vergleich der Digitalen Performance von Unternehmen
- Vorstellung verschiedener Instrumente des Leadmanagement
- Handlungsempfehlungen für Startups



## LEITFRAGEN

- Inwiefern beeinflusst die digitale Neukundengewinnung den Erfolgsfaktor von Startups? (Handlungsempfehlungen)
- Bedeutet die Digitalisierung eines Unternehmens gleich Erfolg?

# DIGITALISIERUNG...

## IN DER B2B LEADGENERIERUNG