



united CHANNEL INSIGHTS

Übersetzen Sie das Feedback Ihrer Handelspartner und anderer Stakeholder in Strategie. Und gewinnen Sie Planungssicherheit in Vertrieb, Marketing, Operations und Personalführung.

CHANNEL-PARTNER VERSTEHEN: BEFRAGEN SIE IHRE DIREKTEN UND INDIREKTEN KUNDEN

Wissen Sie eigentlich, wie Distributoren, Händler und andere Stakeholder Ihr Unternehmen, Ihre Services, Teams und Leistungen sehen? Welche Ihrer vertriebs- und marketingrelevanten Maßnahmen sie gut oder weniger gut finden? Und ob ihnen diese überhaupt wichtig sind?

Die Antworten hierauf liefert Ihnen **united CHANNEL INSIGHTS**. Profitieren Sie davon, einmal durch die Brille Ihrer Distributoren, Händler und B2B-Kunden Ihren Markt mit all seinen Facetten und Marktteilnehmern zu sehen. Quasi nebenbei erfahren Sie dann auch, wie es um die Markentreue Ihrer Channel-Partner steht. Und welchen Mitbewerber sie warum präferieren.

united CHANNEL INSIGHTS analysiert Ihre Vertriebskanäle so genau und so tief, dass offensichtlich wird, was Sie in Vertrieb, Marketing, Service und anderen Handlungsfeldern Ihres Unternehmens ändern müssen, um Ihre Position im Markt nachhaltig zu verbessern.

Doch damit nicht genug: Die Methodik von **united CHANNEL INSIGHTS** eröffnet über die direkten Aussagen und Bewertungen der Befragten hinaus die Möglichkeit, zwischen den Zeilen zu lesen. Denn durch eine Datenmodellierung zeigen wir Ihnen, welche Antworten Ihrer Channel-Partner eine hohe, niedrige oder nahezu gar keine Relevanz im Hinblick auf potenzielle Optimierungen haben. So können Sie sicherstellen, dass Sie Ihre

Budgets effizient einsetzen und nur die wirklich erfolgskritischen Schwächen angehen.

Habe ich Ihr Interesse an einer vorausschauenden Geschäftsoptimierung geweckt? Gerne lade ich Sie ein, **united CHANNEL INSIGHTS** besser kennenzulernen.



Manfred Grobert
CEO united consultancy

ERFOLGSRELEVANTE INFORMATIONEN AUS ERSTER HAND

Klassische Marktforschung versorgt Sie mit einer Unmenge teurer Daten. Doch konkrete Handlungsempfehlungen bleibt sie Ihnen oft schuldig.

Welche Informationen können Sie direkt in konkrete Maßnahmen umsetzen? Welche Maßnahmen sind überhaupt für Ihren Kunden relevant? Welche einfach nur „schön“, aber nicht notwendig? Was sollten Sie als nächstes machen oder lieber sein lassen? Weil Sie auf solche Fragen keine Antworten bekommen, landet der Ball immer wieder bei Ihnen.

Ihre Aufgabe ist es, aus den endlosen Tabellen und Zahlenkolonnen der Marktforschungen irgendwelche Schlüsse zu ziehen – intuitiv oder erfahrungsbasiert.

Wie Sie sich dabei fühlen, Entscheidungen auf einer so unklaren Datenbasis treffen zu müssen, wissen wir. Denn die Spezialisten in unserem Team haben meist selbst zehn oder mehr Jahre in leitenden Positionen in internationalen Unternehmen gearbeitet.

Aus dieser gemeinsamen Erfahrung heraus haben wir begonnen, **united CHANNEL INSIGHTS** zu entwickeln. Auf Basis der Antworten und Einschätzungen Ihrer Channel-Partner zeigen wir Ihnen präzise auf, wo genau Sie ansetzen und was Sie tun müssen, um Ihr Unternehmen nachhaltig erfolgreicher zu machen.



WIE united CHANNEL INSIGHTS FUNKTIONIERT

Unter Verwendung Ihrer Distributoren-/Händler-/B2B-Kundendatenbank sowie unserer erprobten und datenschutzkonformen Forschungsmethode identifiziert **united CHANNEL INSIGHTS** die Stärken und Schwächen Ihrer Marke sowie die Ihrer Mitbewerber. Die Ergebnisse sind deshalb so aussagekräftig, weil sie die persönlichen Einschätzungen Ihrer Channel-Partner widerspiegeln.

Die so gewonnenen Insights werden leichtverständlich in vier Quadranten präsentiert.

united CHANNEL INSIGHTS ist immer maßgeschneidert. Ungeachtet der Komplexität Ihres Geschäftsmodells liefern wir Ihnen Feedbacks von der Gesamtsicht bis zu einzelnen Maßnahmen der jeweiligen Geschäftsfelder.

Welche Handlungsfelder, Geschäftsbereiche und -aktivitäten in der Channel-Befragung beleuchtet werden sollen, erarbeiten wir ebenso wie den Fragenkatalog gemeinsam mit Ihnen und Ihrem Team.



Übliche eindimensionale Befragungen liefern lediglich allgemeine, wenig hilfreiche Informationen. Was bringt Ihnen schon der Hinweis, „Image“ und „Support“ seien mehr oder weniger gut, „Sales“ und „Marketing“ mehr oder weniger schlecht?

An welcher Stelle Sie tatsächlich ansetzen müssen, um insgesamt besser zu werden, bleibt unbeantwortet.

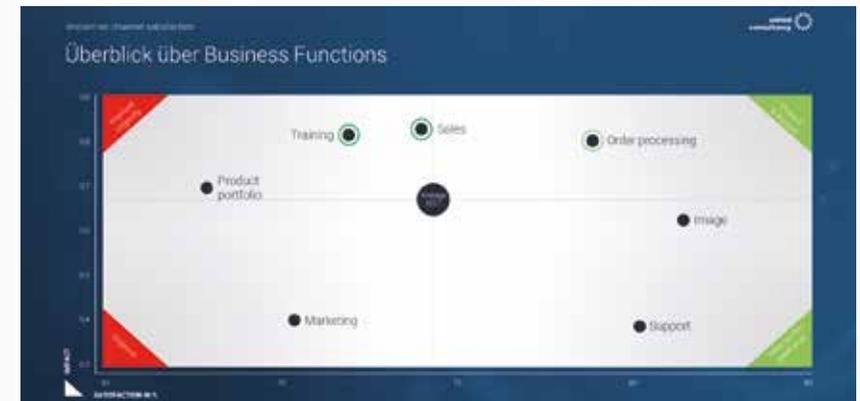
united CHANNEL INSIGHTS hingegen gibt Ihnen eine detaillierte Rückmeldung, aus der Sie direkt ablesen



können, wo Sie mit Ihren Verbesserungsmaßnahmen ansetzen sollten und was wegen mangelnder Relevanz nicht optimiert werden muss. Die Gewissheit, die richtigen Prioritäten zu setzen, ist zugleich der Garant für eine hohe Investitionssicherheit.

Entdecken Sie,

- welche Ihrer Maßnahmen gut ankommen und wo es Verbesserungsmöglichkeiten gibt.
- welche Maßnahmen Ihren Channel-Partnern wichtig sind und worauf sie weniger Wert legen.
- wo Sie aus Sicht Ihrer Kunden im Vergleich mit Ihren wichtigsten Konkurrenten stehen und wie Sie diese direkt angreifen können.



Darüber hinaus liefert Ihnen **united CHANNEL INSIGHTS**

Erkenntnisse, wie loyal oder wechselwillig Ihre Kunden sind. Weil parallel auch deren Loyalität respektive Wechselbereitschaft gegenüber Ihren Wettbewerbern ermittelt wird, erhalten Ihre Sales- und Supportteams unschätzbare Informationen für die Optimierung der Kundenbeziehungen. Denn zum einen wissen Sie nun, welche Kunden(gruppen) quasi auf dem Absprung sind. Zum anderen kennen Sie alle jene Kunden beziehungsweise Kundengruppen, die nicht mehr glücklich mit Ihren Mitbewerbern sind.

Geben die befragten Händler auch ihre Kontaktdaten bekannt, können Sie diese Analysen sogar auf einzelne Kunden herunterbrechen. Ihre Teams erhalten so die Chance, Vertrauen zurückzugewinnen oder neu aufzubauen – also zufriedene, das heißt loyale Kunden zu halten beziehungsweise aufzubauen.

SIEBEN SCHRITTE ZUR HANDLUNGSEMPFEHLUNG

Workshop I

Gemeinsam mit Ihnen und Ihren Experten analysieren wir Ihre Handlungsfelder und definieren die Ihnen wichtigen Bewertungskriterien.

Forschungsdesign

Auf Basis der so gewonnenen Informationen erstellen wir den individualisierten Fragebogen.

Online-Interviews (Stichprobe)

Zunächst führen wir eine Befragung im kleinen Rahmen durch. Dies ist Standard bei der Erstbefragung und dient der Überprüfung der zuvor getroffenen Annahmen.

Datenanalyse

Auswertung der Stichprobenbefragung.

Präsentation der Stichprobenergebnisse

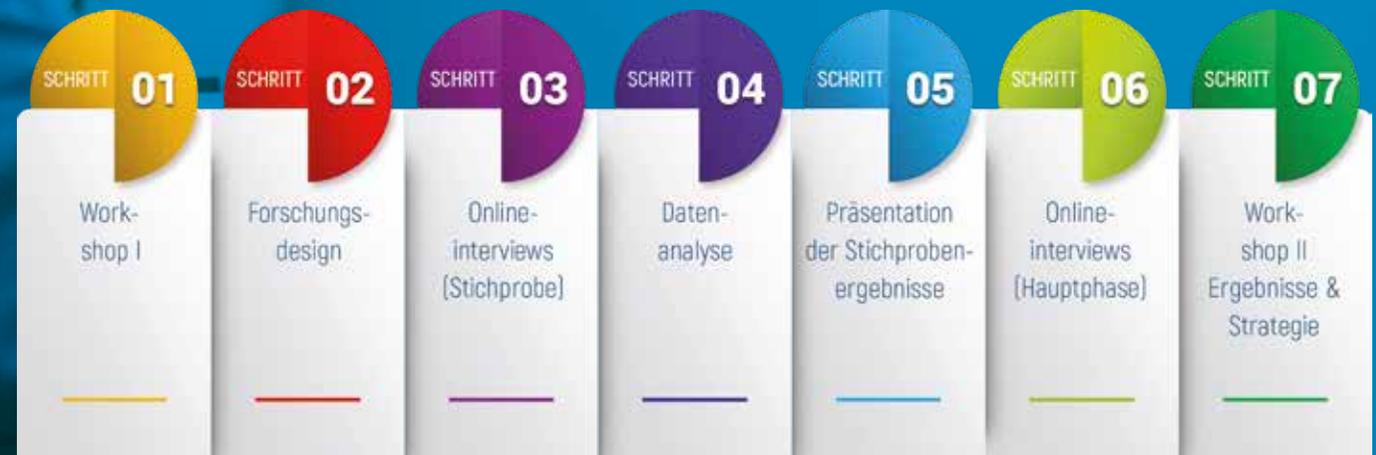
Eventuell notwendige Korrekturen und finale Abstimmung des Fragebogens.

Online-Interviews (Hauptphase)

Befragung Ihrer Channel-Partner.

Workshop II – Ergebnisse und Strategie

Basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen definieren wir mit Ihnen einen Maßnahmenplan. Ziel ist eine nachhaltige Verbesserung der Beziehungen zu Ihren Channel-Partnern oder anders gesagt: wirtschaftlicher Erfolg.





„**united CHANNEL INSIGHTS**‘ hat für Snom im Frühjahr 2018 die Distributoren, VARs, ITSPs und Carriers in EMEA befragt“, so Gernot Sagl, CEO von Snom,

dem Hersteller professioneller VoIP-Lösungen. „Die so gewonnenen Erkenntnisse zeigen nicht nur genau, wo ich ansetzen muss, um Snom besser aufzustellen, sondern auch, an welchen Stellen ich das am effek-

tivsten machen kann. Allein dadurch zahlen sich die Investitionen in die Channel-Befragung mehrfach aus. Und aus diesem Grund ist die nächste Befragung bereits fest eingeplant.“

united CHANNEL INSIGHTS TEAM

united CHANNEL INSIGHTS ermöglicht Ihnen eine vorausschauende Geschäftsoptimierung. Entwickelt wurde diese Innovation von einem Spezialistenteam bestehend aus Marktforschern, Statistikern sowie

internationalen Marketing- und Kommunikationsexperten, die alle in leitender Position in internationalen Unternehmen tätig waren.

Nutzen Sie diesen Erfahrungsschatz, um Ihre Channel-Beziehungen und den Erfolg Ihres Unternehmens nachhaltig zu verbessern.



Øyvind Kristiansen
Consultant Marketing
Data Analysis
united consultancy



Esther Ahrent
Managing Partner
united consultancy



Georg Kühling
Managing Partner
united consultancy



Manfred Großert
Managing Director
united consultancy



Jason Green
Managing Partner
united consultancy



Stefan Boeckle
Healthcare & Digital Business Director
united consultancy



Andreas Bohne
Managing Partner
united consultancy



united consultancy

Eine Unit der united communications GmbH

Rotherstraße 19, 10245 Berlin • Tel.: +49 30 789076-0 • E-Mail: consultancy@united.de • www.united-consultancy.de