



B2B ADVERTISER STRATEGIES

Johannes Weisensee
d3con 2022



HILTI AT A GLANCE



// 30.000+ Mitarbeitende

// 120 Länder

// ~6 Mrd. CHF Umsatz

// Familienunternehmen aus Liechtenstein

// #1 Great Place to Work

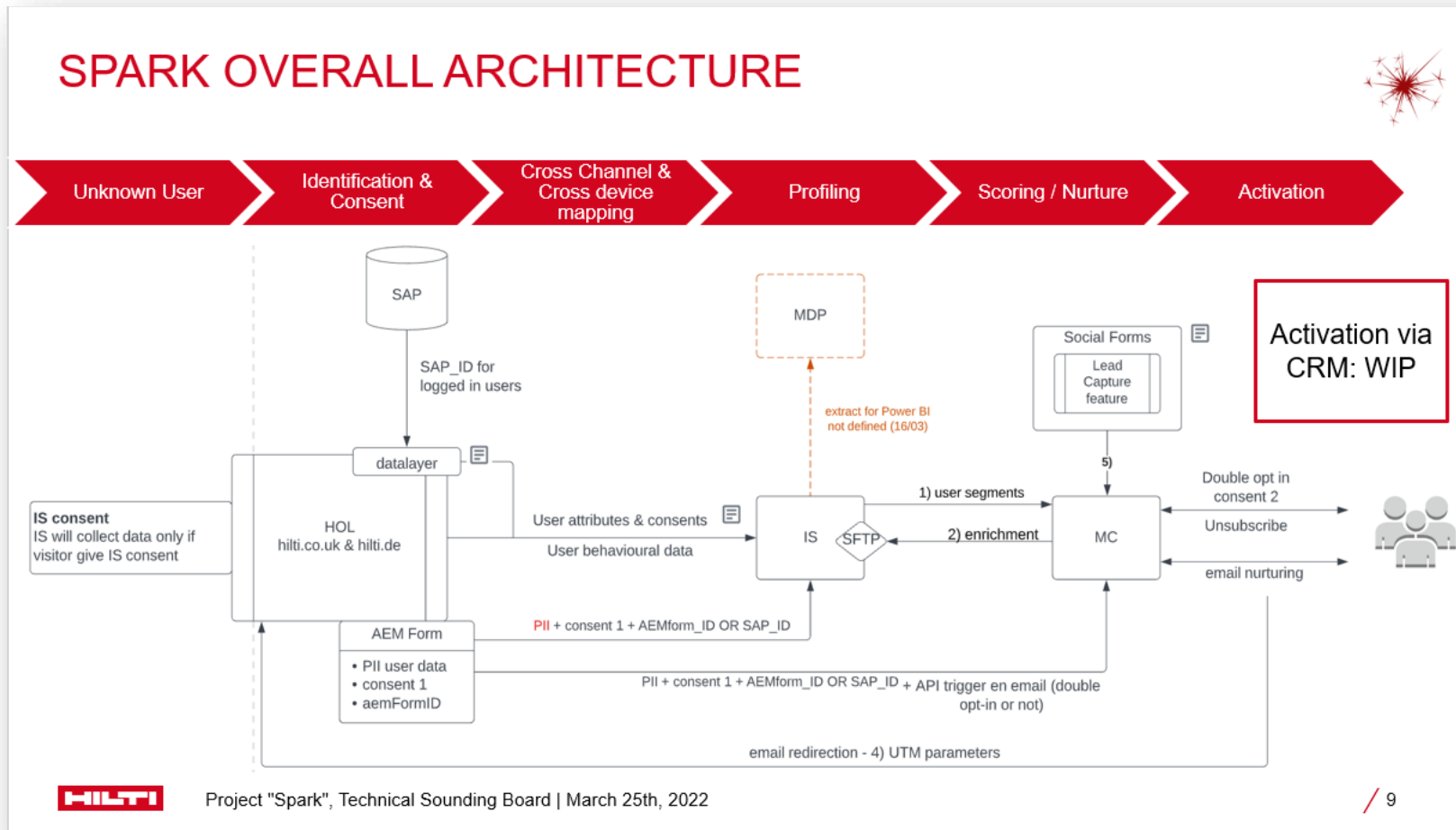


DIE VERGANGENHEIT: HILTI DIREKTVERTRIEBSMODELL



Umfassende Kundenberatung mit rund 250.000 Kontakten täglich

DIE GEGENWART: BESCHLEUNIGTER ROLLOUT SALESFORCE MARKETING + SALES CLOUD WÄHREND PANDEMIE



- Neues CRM System
- Neuer MarTech Stack
- Direktvertrieb im Homeoffice
- Shift von physischer zu digitaler Kundenansprache

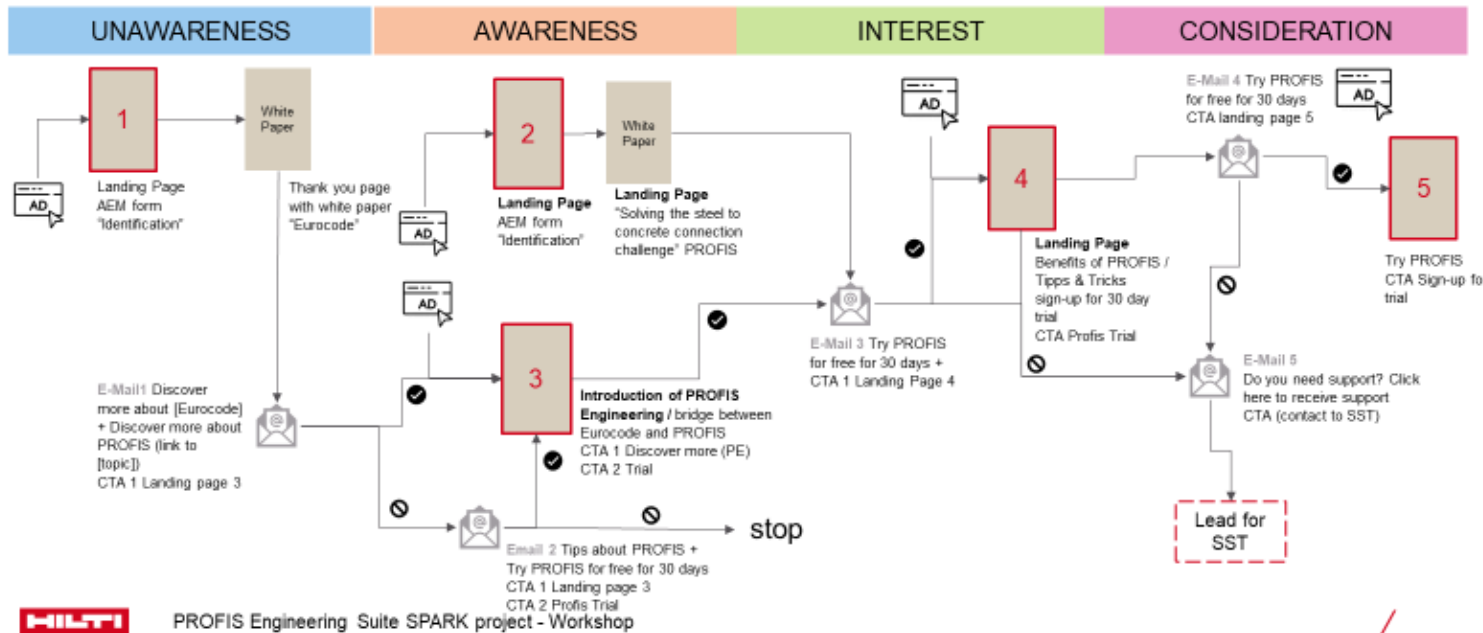
DIE ZUKUNFT: KOMPLETT AUTOMATISIERTE END2END KAMPAGNEN



EXEMPLARISCHE CUSTOMER JOURNEY

MC CUSTOMER JOURNEY PROFIS SPARK (MVP)

Journey without "good to know article"

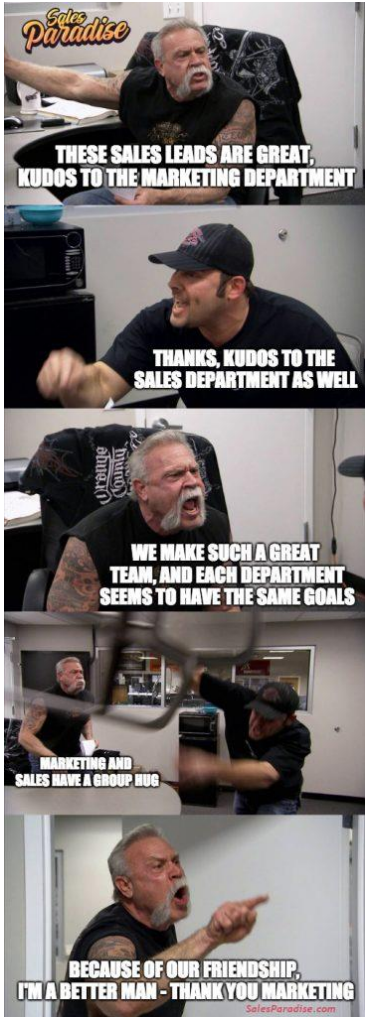
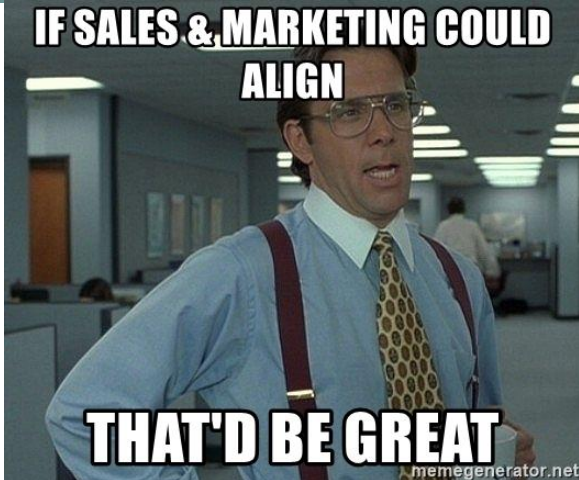
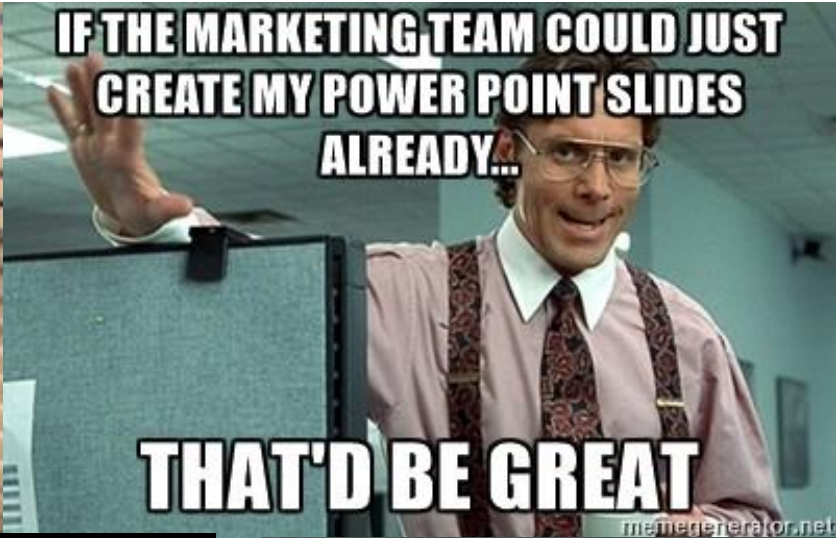


- *Nothing new* ABER immer mit Lead Nurturing Ansatz
- Jede Kampagne muss individuell geplant werden, kein "one size fits all" Ansatz

THE BIGGEST HURDLES



DIE HERAUSFORDERUNG: MARKETING AUTOMATISIERUNG IN EINEM DIREKTVERTRIEBSUMFELD



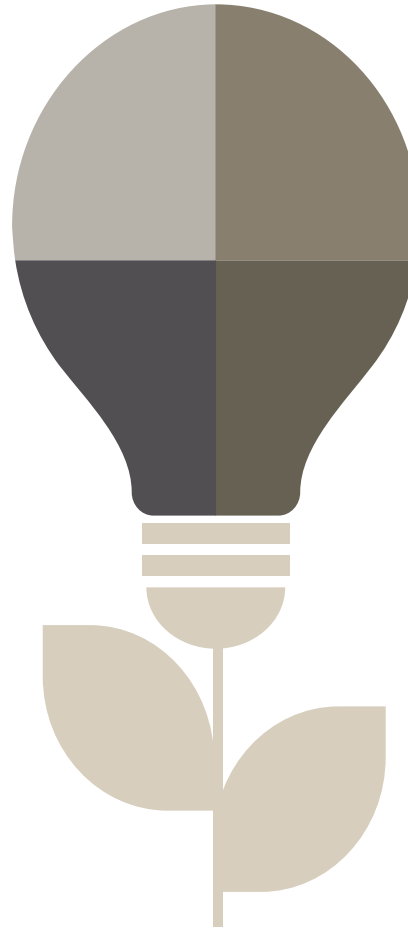
BUSINESS IMPACT, ERFOLGE UND “HOW TO GET THERE”

Kontrollgruppen

Wie misst man Erfolg?
Am besten nicht mit einzelnen KPIs
sondern via business impact vs
Kontrollgruppen

Sales Activation + Change Management

Training, Training, Training + Austausch
und Kommunikation “auf Augenhöhe”
+ klare Mehrwertkommunikation (“what’s
in for me”)



Erfolge feiern & teilen

Echte Erfolgsgeschichten
initiiieren echten Change –
es gibt Triggerpoints beim
Vertrieb ;-)

Business Impact

Rechnet sich ein hoher Invest in Tech
Infrastruktur und
Kommunikationsansätze?
~ 2% on top Umsatz global nach 2 Jahren

DANKE!

johannes.weisensee@hilti.com