

4 Wege, wie Enablement-Technologie für effektive Go-to-Market- Maßnahmen sorgt



1

Messung und Darstellung der Auswirkungen auf das Geschäft

Es reicht heute nicht mehr, dass Sie viel Arbeit in Ihre Marketing- oder Schulungsinitiativen gesteckt haben - sie sollten auch klar aufzeigen können, dass sich Ihre Maßnahmen positiv auf das Geschäftsergebnis auswirken. Dafür sind Analysen und Insights nötig, um sämtliche Unterlagen sowie Onboarding-, Schulungs- und Coaching-Strategien kontinuierlich optimieren zu können - von der Nutzung und Weiterleitung von Content-Assets bis hin zu der Frage, ob der Vertrieb das neue Messaging auch wirklich umsetzt. Wenn Sie wissen, was funktioniert und was nicht, können Sie Zeit und Budget effektiv einsetzen und Ihren ROI maximieren.

2

Einarbeitung, Schulung und Coaching von Teams

Mit kurzen, mobilfreundlichen und medienreichen Schulungslektionen, die mit wenigen Klicks per Drag-and-Drop einfach erstellt werden können, arbeiten Sie neue Vertriebsteams schneller ein. Auch erfahrene Vertriebler müssen weitergebildet werden, idealerweise mit KI-gestützten Coaching-Sitzungen, die reale Geschäftsszenarien per Video, Audio und Chat simulieren. Diese Lektionen können die Stärken und verbesserungswürdigen Bereiche jedes Mitarbeiters Ihrer Organisation aufzeigen und geben Lernenden individuelles Feedback, um ihre Selbstpräsentation, ihr Selbstvertrauen und ihre Glaubwürdigkeit zu verbessern.



3

Kontrolle des Content-Chaos

Wenn Materialien an verschiedenen Orten gespeichert sind, ist es schwierig, die benötigten Informationen im richtigen Moment zu finden. Zudem ist nicht klar, ob die gefundenen Inhalte aktuell, und markenkonform sind, sowie den geltenden Regeln entsprechen. Mit einer zentralen Content-Bibliothek, intuitiven Suchfunktionen, Dokumentvorschau, benutzerdefinierten Content-Abonnements, KI-gestützten Empfehlungen und der entsprechenden Governance werden die Mitarbeitenden Ihrer GTM-Organisation leicht die passenden und aktuellen Unterlagen finden.

4

Einfache Erstellung personalisierter Unterlagen

Um das Buyer Engagement zu maximieren, brauchen Sie eine einfache Lösung zur Personalisierung von Content. Dies erreichen Sie mit dynamischen Asset-Komponenten, die automatisch auf Basis vordefinierter Fragen befüllt werden. Die automatische Zusammenstellung garantiert zudem, dass nur aktuelle, markenkonforme und den Compliance-Richtlinien entsprechende Inhalte in das Dokument übernommen werden, damit Sie und Ihr Team diese Inhalte ohne Bedenken teilen können.

Möchten Sie mehr erfahren? →

