Case Study

Kunde: **INTERWEGA** | Bereich: **Forderungs- und Debitorenmanagement**
Zielgruppe: **B2B** | Zeitraum: **2012 - heute**

elb:feuer

LEADGENERIERUNG IM B2B-SEGMENT

INTERWEGA international

Elbfeuer launcht Design, Website und Dialogkampagne für B2B-Zielgruppen im Bereich Forderungs- und Debitorenmanagement

Das Unternehmen INTERWEGA wurde im Jahre 1986 als Tochterunternehmen einer renommierten hanseatischen Handelsgesellschaft gegründet. Zum Kundenkreis gehören hauptsächlich Unternehmen der Branchen Dienstleistung, Handel und verarbeitende Industrie. INTERWEGA verfügt über ein ausgeprägtes Kooperationsnetzwerk, das befähigt, auch für weltweit aufgestellte Kunden tätig zu sein.

Case Study

Kunde: **INTERWEGA**

elb:feuer

Branchenexpertise und überdurchschnittliche Erfolgsquoten

Mit dem ganzheitlichen Angebot der INTERWEGA profitieren B2B-Kunden von einer tiefgehenden Branchenexpertise und überdurchschnittlichen Erfolgsquoten im nationalen und internationalen Debitorenmanagement. Die Erfahrungen aus über 30 Jahren Unternehmensgeschichte sichern die Erstellung und Anwendung unternehmensspezifischer Workflows, die Kunden zu Gute kommen.

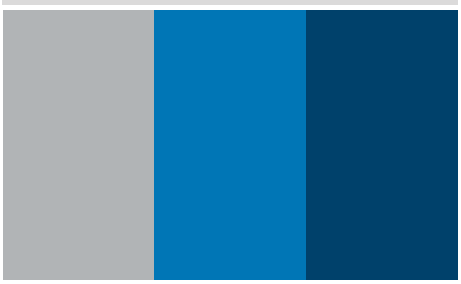
Ende 2018 beauftragte das Unternehmen die Agentur Elbfeuer mit der Optimierung des Corporate Designs, der Überarbeitung der Corporate Website und der Entwicklung eines Kommunikationskonzept zur dialogischen Ansprache neuer Zielgruppen.

Als Tochterunternehmen eines renommierten hanseatischen Handelshauses beschäftigt sich INTERWEGA seit 1986 mit dem Kredit-, Forderungs- und Debitorenmanagement für den Bereich Business-to-Business.

Das Prinzip Interwega – Argumente auf den Punkt gebracht

Moderner, frischer, internationaler und konsistent über alle Kanäle – das waren die Vorgabe für die Design-Optimierung des Unternehmens. Beim Design-Relaunch standen vor allem die Definition der Farbwelt, Ikonographie und Typographie im Vordergrund. Das Unternehmenslogo sollte unangetastet bleiben. Darüber hinaus wurde ein professionelles Fotoshooting, bei dem die Mitarbeiter und das Management im Fokus standen, umgesetzt.

„Das Prinzip INTERWEGA“ ist das inhaltliche Konzept, das die Vorteilsargumentation des Unternehmens über alle Markenkontaktpunkte gleichermaßen stringent formuliert. Die Kernbotschaft: „Intelligentes Debitorenmanagement. Individuell. Effizient. Sicher.“



Im weiteren Schritt der Ausarbeitung wurden die wesentlichen Kernargumente und die „Säulen unserer Arbeit“ formuliert.

Die Website: Branchen-Fokus zur Interessentengewinnung

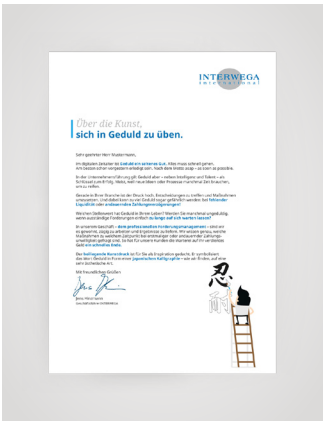
Die Unternehmenswebseite dient der Leadgenerierung und bietet komprimiert die wesentlichen Informationen für Entscheider, die einen neuen Anbieter im Forderungsmanagement suchen. Der Thematisierung der besonderen Branchen-Herausforderungen kam in der Konzeption der Website eine besondere Bedeutung zu. Das Design der neuen Webseite sorgt für mehr Modernität und Klarheit und bietet schnelle Informations- und Kontaktaufnahmemöglichkeiten mit den Experten des Forderungsmanagement-Spezialisten.

Dialogkonzept zur emotionalen B2B-Ansprache

Viele Branchen befinden sich aktuell im Wandel. So zum Beispiel die Transport- und Logistikbranche (Ladungsverkehr, Stückgut oder Kontraktlogistik) deren Strukturen und Prozesse der digitalen Transformation und veränderten Geschäftsmodellen unterliegen. Ebenso hat der starke Verdrängungswettbewerb, der hohe Kostendruck durch die Ausweitung von Mautgebühren und die zunehmende Konkurrenz aus dem osteuropäischen Raum Auswirkungen auf die Gewinnmargen.

Ziel der Dialogkonzeption war es, durch mehrstufige Mailingmaßnahmen Kontakt zu potenziellen Kunden aufzubauen, um im nächsten Schritt durch persönliche Präsentationen von den Leistungen der INTERWEGA zu überzeugen. Zur Zielgruppe

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla mollis ultrices mattis. Nam fermentum nec lacus eu convallis. Vestibulum et bibendum justo. Sed eleifend tortor vel lorem tincidunt, eu finibus augue suscipit.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla mollis ultrices mattis. Nam fermentum nec lacus eu convallis. Vestibulum et bibendum justo. Sed eleifend tortor vel lorem tincidunt, eu finibus augue suscipit.

gehörten Entscheider in den Unternehmen (Vorstände, Geschäftsführer und Bereichsleiter) der Ziel-Branchen Transport und Logistik, Reedereien, Großhandel, Ver- und Entsorgungswirtschaft.

Geduld muss man haben. Oder den richtigen Forderungsmanagement-Spezialisten.

Muss B2B-Ansprache langweilig sein? Nein. Im Gegenteil. Auch Entscheider in Unternehmen erfreuen sich an informativer „Werbung“, die persönlich, ideenvoll und kurzweilig ist.

Im Mittelpunkt der von Elbfeuer konzipierten und umgesetzten Mailingstrecke stand das Thema „Geduld“. Etwas, das gerade in der Logistik und Transportbranche ein „seltenes Gut“ ist, da der Druck hoch ist, Entscheidungen zu treffen und Maßnahmen umzusetzen, wenn es zu Zahlungsausfällen kommt, welche die Liquidität des Unternehmens beeinträchtigen können.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla mollis ultrices mattis. Nam fermentum nec lacus eu convallis. Vestibulum et bibendum justo. Sed eleifend tortor vel lorem tincidunt, eu finibus augue suscipit.

Das erste Mailing beinhaltete einen Kunstdruck der das Wort Geduld in Form einer japanischen Kalligraphie symbolisierte sowie ein Anschreiben, in dem das schnelle, zielorientierte Forderungsmanagement von INTERWEGA skizziert wurde. Eine einfache, emotionale und aufmerksamkeitsstarke Idee, die beim Empfänger Neugier weckte.

Ein werthaltiges Incentive, das auf dem Schreibtisch bleibt

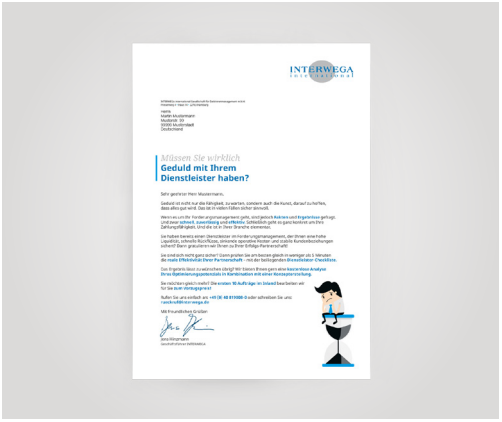
Die zweite Stufe des Mailings beinhaltete eine hochwertige magnetische Sanduhr. Rund eine halbe Minute dauert es, bis der Sand in der magnetischen Sanduhr von oben nach

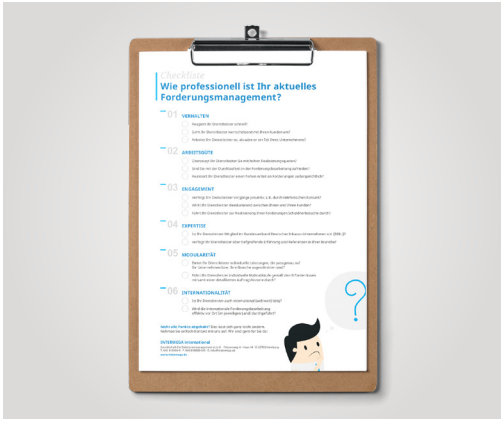
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla mollis ultrices mattis. Nam fermentum nec lacus eu convallis. Vestibulum et bibendum justo. Sed eleifend tortor vel lorem tincidunt, eu finibus augue suscipit.

unten gerieselt ist – Zeit für den Empfänger des Mailings, um sich am Schreibtisch eine kleine, aber ganz bewusste Verschnaufpause zu gönnen. Und es dabei zu genießen, dass sein Forderungsmanagement bei INTERWEGA in guten Händen sein würde. Wie das funktionieren könnte, wurde in der beiliegenden Broschüre erläutert.

Sympathische Illustrationen für ein trockenes Thema

Für die Gestaltung der Broschüre wurde ein emotionaler Illustrationsstil, mit sympathischen Cartoon-Darstellungen, gewählt. Neben einer Kurzbeschreibung des Unternehmens wurde das konkrete Lösungsangebot skizziert und eine kostenlose





Konzepterstellung angeboten.

Die dritte Stufe des Mailings beinhaltete ein Anschreiben sowie eine Checkliste, mir der der Empfänger seinen aktuellen Dienstleister im Bereich Forderungsmanagement validieren konnte.

Im Rahmen der Dialogkampagne konnten zahlreiche Kontakte in telefonische Gesprächstermine, konkrete Angebotserstellungen sowie persönliche Vorstellungstermine konvertiert werden. Konkrete Ergebnisse dürfen aus Datenschutz- und Wettbewerbsgründen nicht kommuniziert werden.