

Referenzprojekte als Erfolgsfaktor im B2B-Marketing

BMWi Fachveranstaltung „Referenzprojekte im Ausland – Bedeutung, Wirkung und Förderung“
Berlin, 5. November 2018





Business-to-Business (B2B) Marketing

*“[...] the activity of building mutually value-generating relationships (including both products and services) **between organizations** (which include businesses but also government agencies, not-for-profit organizations and the like) **and the many individuals** between them.*

[...] In contrast business-to-consumer (B2C) marketing is mainly focused on the final transaction between the firm (and/or retailer) and the customer.”¹

Referenzen

*“ [...] the **supplier’s relationship** to its existing/former customer that might be **evaluated** by the customer in terms of the supplier’s product/service, management, and cooperation performance.”²*

*“Customer referencing refers to a set of practices that enables sellers to **provide evidence** to prospective buyers to **evaluate their performance potential** on the basis of previous customer relationships.”³*

¹) Lilien, L.L. und R. Grewal (2012). Handbook of Business to Business Marketing, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd, S. 3.

²) Salminen, R. T. (1997). Role of references in international industrial marketing. A theory building case study about supplier's processes of utilizing references. Lappeenranta University of Technology

³) Jaakkola, E. und L. Aarikka-Stenroos (2018). Customer referencing as business actor engagement behavior – Creating value in and beyond triadic settings, Industrial Marketing Management, im Druck.

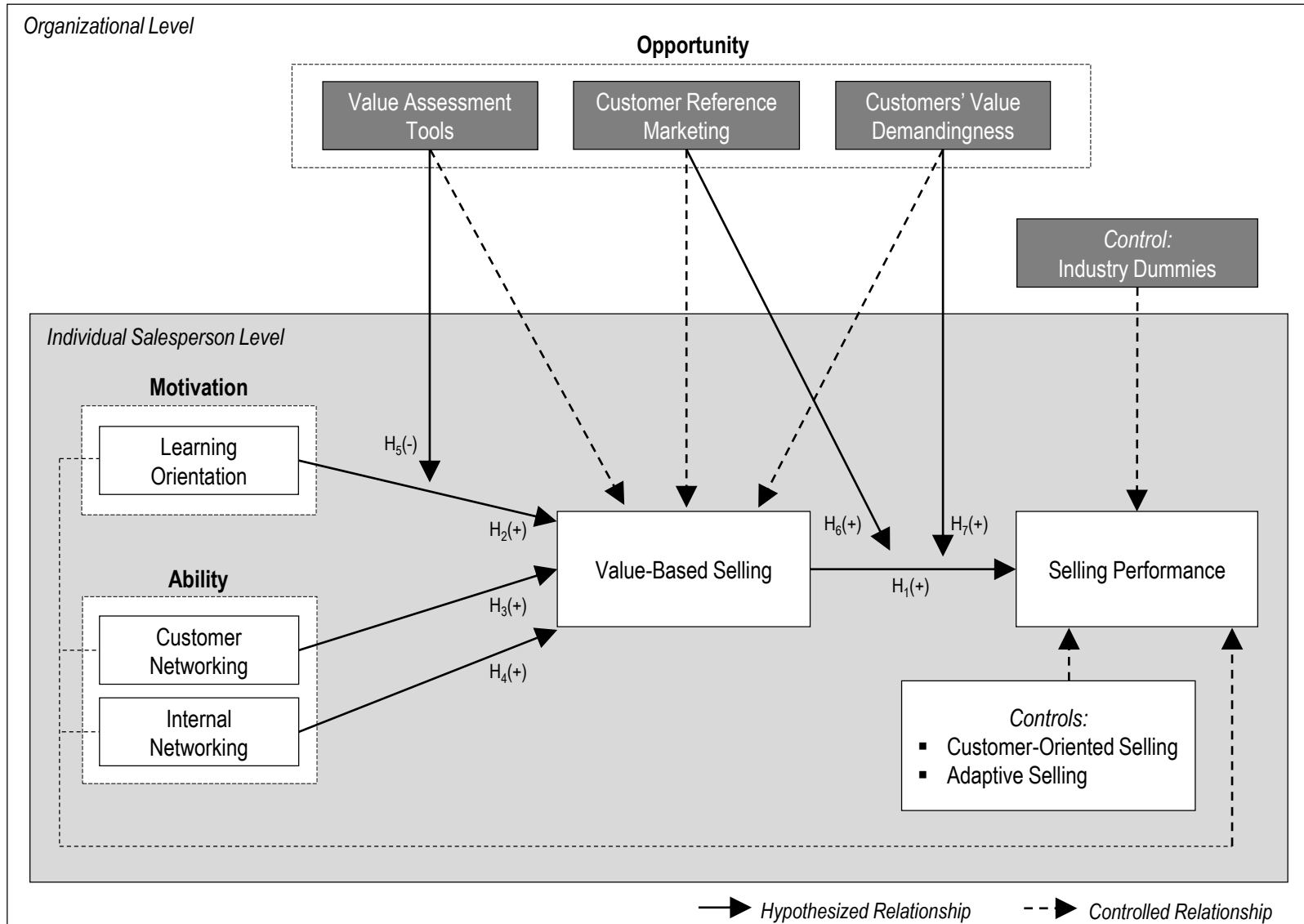
- ▶ Referenzen gehören zu den **wirksamsten Instrumenten** im B2B-Marketing, weil sie die **wahrgenommene Unsicherheit** der Kunden in organisationalen Beschaffungsprozessen wirksam reduzieren können.
- ▶ Referenzen besitzen vor allem dann eine **hohe Erfolgswirksamkeit**, wenn das Leistungsangebot
 - projektorientiert,
 - komplex und
 - intangibel ist¹und somit einen hohen Anteil an Erfahrungs- und Vertrauenseigenschaften aufweist.
- ▶ Referenzen sind insbesondere für **kleine und mittelständische** Unternehmen von Bedeutung, die **keine ausgeprägte Reputation** auf den internationalen Zielmärkten haben.²

Referenzen sind für die mittelständische, exportorientierte Energiewirtschaft von besonderer Bedeutung!

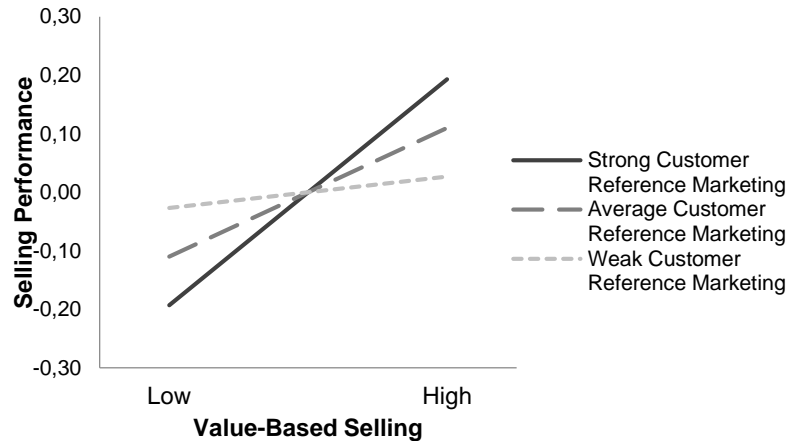
¹) Jalkala, A. (2009). Customer reference marketing in a business to business context. Lappeenranta University of Technology.

²) Zeithaml, V., P. Varadarajan und C. Zeithaml (1988). The contingency approach: Its foundations and relevance to theory building and research in marketing. European Journal of Marketing, 22 (7) 37-64.

Der Erfolgsbeitrag von Referenzen (I/II)

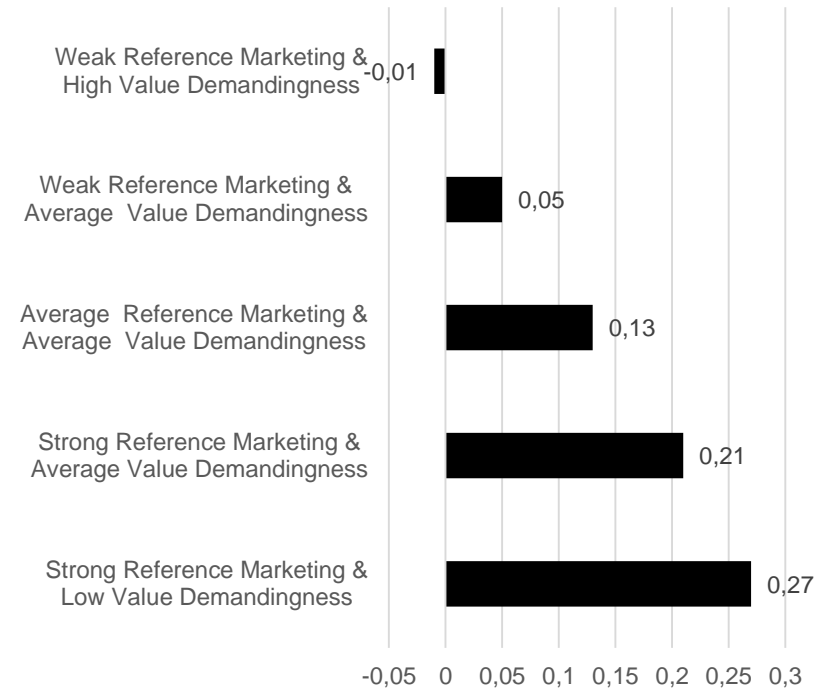


Quelle: Terho, H., A. Eggert, W. Ulaga, A. Haas und E. Böhm (2017). Selling Value in Business Markets: Individual and Organizational Factors for Turning the Idea into Action, *Industrial Marketing Management*, 66, 42-55.

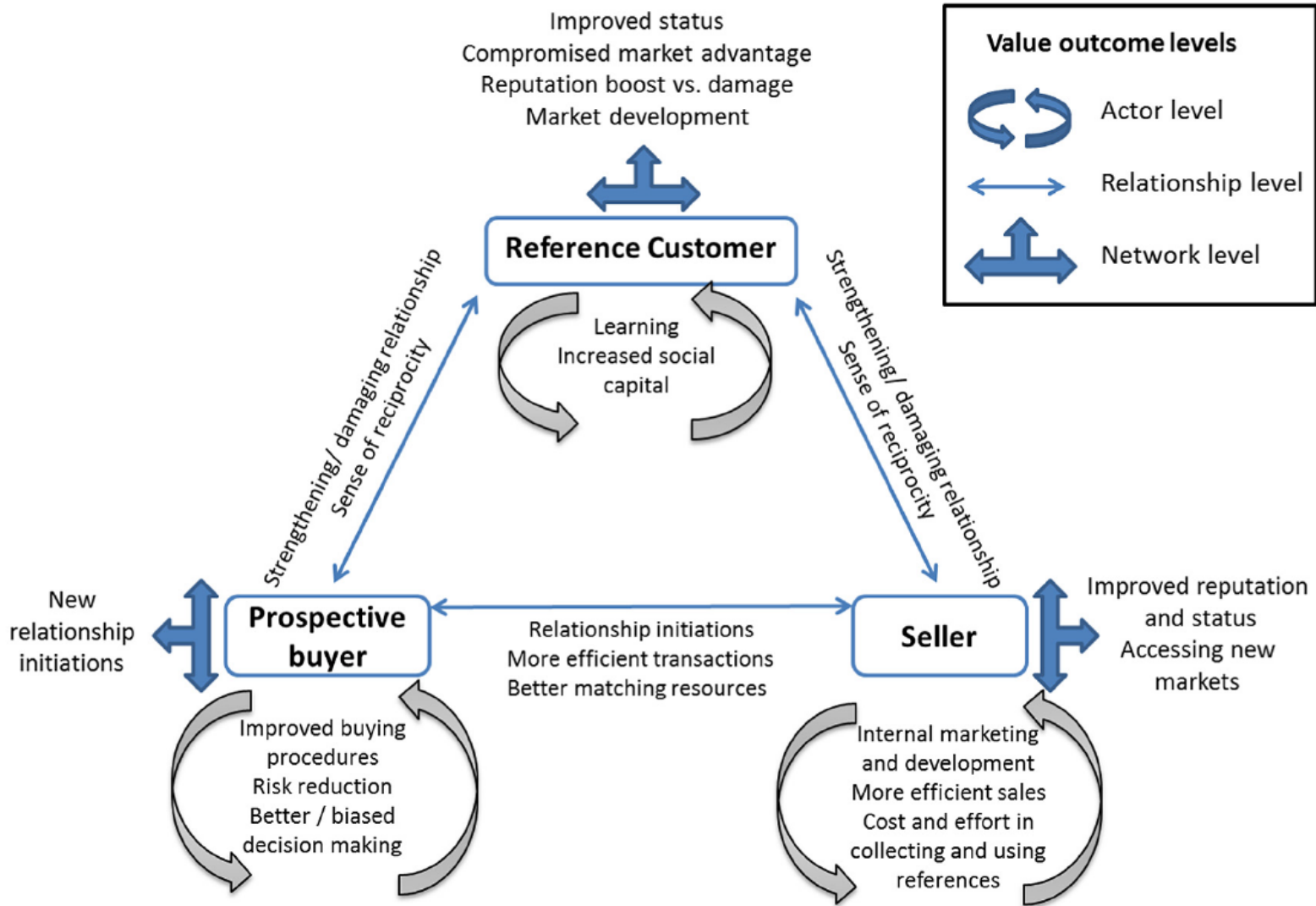


- ▶ Referenzen sind eine wesentliche Voraussetzung für den Verkaufserfolg auf B2B Märkten.
- ▶ Ohne Referenzen fehlt dem Wertversprechen des Anbieters die notwendige Glaubwürdigkeit.
- ▶ Referenzen sind besonders wirksam als proaktiv genutztes Verkaufsargument.

Erfolgswirksamkeit des wertbasierten Verkaufsansatzes



Wie wirken Referenzen? Die Referenz Triade



Quelle: Jaakkola, E. und L. Aarikka-Stenroos (2018). Customer referencing as business actor engagement behavior – Creating value in and beyond triadic settings, Industrial Marketing Management, im Druck.

- ▶ Referenzen tragen durch **drei wesentliche Mechanismen** zum Markterfolg des Anbieterunternehmens bei:
 - Referenzen ermöglichen einen **Reputationstransfer** vom Kunden- auf das Anbieterunternehmen,
 - Referenzen **dokumentieren** und **quantifizieren** den Erfolgsbeitrag der angebotenen Lösung in der konkreten Anwendungssituation,
 - Referenzen fördern das **organisationale Lernen** im Anbieterunternehmen und tragen zur Motivation der Mitarbeiter bei.
- ▶ Der **systematische Aufbau** eines Portfolios von Referenzen sowie dessen konsequente **kommunikative Nutzung** gegenüber **externen** und **internen** Stakeholdern stellt eine wesentliche Fähigkeit im B2B Marketing dar.
- ▶ Referenzen sind insbesondere für **kleine und mittlere** Unternehmen auf **internationalen Märkten** ein kritischer Erfolgsfaktor.

Das Management von Referenzen ist eine Kernkompetenz für Projekt- und Lösungsanbieter im exportorientierten Energiesektor!