

Zielorientierte Marktbearbeitung *mit OKRs*

Ein Zielsystem für Marketing und Sales, das Marktchancen sichtbar macht, Verantwortlichkeiten klärt und die Grundlage für eine integrierte Zusammenarbeit schafft.

CASE STUDY

Zielorientierte Marktbearbeitung mit OKRs

Ein Zielsystem für Marketing und Sales, das Marktchancen sichtbar macht, Verantwortlichkeiten klärt und die Grundlage für eine integrierte Zusammenarbeit schafft.

Strategische Klarheit und operative Umsetzung in Einklang zu bringen – das ist eine der größten Herausforderungen für Marketing- und Vertriebsteams. Besonders in dynamischen Märkten reicht eine einmal festgelegte Strategie nicht aus.

Unternehmen müssen flexibel auf Marktveränderungen reagieren und dennoch konsequent auf gemeinsame Ziele hinarbeiten. Genau hier setzt das OKR-Framework an. Doch wie lassen sich OKRs erfolgreich in die Marktbearbeitung integrieren – und wie entsteht daraus eine echte Zusammenarbeit zwischen Marketing und Sales?

Die Challenge

Faller Packaging stand vor der Herausforderung, Marketing und Vertrieb strategisch und operativ enger zu verzahnen. Die beiden Bereiche arbeiteten weitgehend in Silos – mit unterschiedlichen KPIs, Prioritäten und Kommunikationsstrategien. Eine gemeinsame Steuerungslogik fehlte. Der Klassiker!

Strategische Unternehmensziele wurden nicht systematisch in konkrete Maßnahmen übersetzt, operative Aktivitäten blieben häufig losgelöst von übergeordneten Zielen. Besonders kritisch: Es herrschte Unklarheit darüber, wer für welche Maßnahmen verantwortlich ist. Ohne klare Aufgaben-, Kompetenz- und Verantwortungsverteilung (AKV) kam es zu Doppelarbeiten, Lücken in der Umsetzung – und fehlender Verbindlichkeit in der Zielerreichung.

Gesucht war ein prozessorientierter Ansatz, der Marktchancen sichtbar macht, Verantwortlichkeiten klärt und die Grundlage für eine integrierte Zusammenarbeit schafft.

Unser Ansatz

OKRs als Brücke zwischen Strategie und Umsetzung – das ist der Kern unseres Ansatzes für eine integrierte Marktbearbeitung. Statt isolierter Ziele in Marketing und Vertrieb schaffen wir ein gemeinsames System, das strategische Klarheit, operative Verbindlichkeit und messbaren Fortschritt verbindet.

Der integrierte Marktbearbeitungsprozess gliedert sich in **fünf Phasen**, um eine nachhaltige und skalierbare Marktbearbeitung zu ermöglichen. Er basiert auf den drei zentralen Prämissen (**Markt, Kapazität und Zukunft**) und stellt sicher, dass strategische und operative Maßnahmen optimal aufeinander abgestimmt sind. Die Phasen bauen aufeinander auf und greifen ineinander.

Wir starten mit der **Strategie und Umfeldanalyse** und einem strategischen Dialog – einem interdisziplinären Workshop, in dem Markttrends, Kundenbedürfnisse und interne Rahmenbedingungen gemeinsam analysiert werden. →

In Phase 1 bringen wir somit alle relevanten Bereiche an einen Tisch: Marketing, Sales, Controlling und Operations. Ziel ist eine gemeinsame Sicht auf Marktchancen und Wachstumshebel.

Phase 2 ist eine **fundierte Kundenanalyse** – unter anderem mithilfe einer eigens entwickelten 5-Felder-Matrix – identifizieren wir jene Kunden, die Wachstumspotenzial bieten. So stellen wir sicher, dass unsere Zieldefinition – anhand von OKRs – im nächsten Schritt nicht im luftleeren Raum entsteht, sondern auf realen Potenzialen basiert.

Die **Zieldefinition mit OKRs** erfolgt in Phase 3 in enger Abstimmung zwischen Marketing und Sales. Gemeinsam werden ambitionierte, inspirierende Objectives formuliert, unterlegt mit klaren, messbaren Key Results. Diese strukturieren den Fortschritt, schaffen Fokus und machen Erfolge sichtbar. Besonders wichtig: Die OKRs decken drei Dimensionen ab – Bestandsgeschäft, Neugeschäft und strategische Innovation – und bilden damit das komplette Spielfeld der Marktbearbeitung ab.

Um echte Traktion zu erzeugen, integrieren wir die OKRs in einen **agilen Steuerungsprozess**: mit klaren Verantwortlichkeiten, regelmäßigen Review-Zyklen und vollständiger Transparenz. So entstehen Routinen, die nicht lähmen, sondern bewegen – und eine Kultur, in der Ziellarbeit lebendig wird.

Zur Umsetzung der OKRs arbeiten wir in Phase 4 mit modularen **Playbooks für gezielte Kundenbearbeitung**. Sie verbinden Kundenwissen mit konkreten Maßnahmenplänen und ermöglichen so eine gezielte Bearbeitung – immer mit dem Ziel, auf ein spezifisches Key Result einzuzahlen. Marketing- und Vertriebsaktivitäten werden dabei nicht nur abgestimmt, sondern bewusst miteinander verzahnt.

In Phase 5 erfolgt die **Planung und Durchführung integrierter Marketing- und Sales-Kampagnen**. Sobald die Zielkunden definiert sind, beginnt die konkrete Umsetzung: Ziel ist es, eine konsistente, kanalübergreifende Ansprache sicherzustellen und gezielte Maßnahmen zur Marktbearbeitung zu realisieren. Integrierte Kampagnen verbinden die Stärken von Marketing und Vertrieb, indem sie abgestimmte Aktivitäten entlang der Customer Journey orchestrieren.

Der Mehrwert

Durch die enge Verzahnung von Marketing und Vertrieb, die klare Steuerung über OKRs sowie den systematischen Einsatz von Playbooks gelingt es, integrierte Kampagnen nicht nur effizient umzusetzen, sondern auch strategisch wirksam zu verankern. So wird aus operativer Kampagnenarbeit ein gezielter Beitrag zur Unternehmensentwicklung.

OKRs fungieren hierbei nicht nur als Methode zur Zieldefinition, sondern als zentrale Brücke zwischen strategischer Klarheit und operativer Exzellenz. Unterschiedliche Sichtweisen – hier zwischen Marketing und Vertrieb – werden nicht nur sichtbar gemacht, sondern aktiv in ein gemeinsames Verständnis überführt. Die regelmäßigen Reviews machen Fortschritte sichtbar, fördern gegenseitiges Verständnis und schaffen Raum für gezielte Weiterentwicklung. →

Langfristig entsteht so eine Marktbearbeitung, die nicht nur effizient und kundenorientiert, sondern vor allem erfolgreicher ist. Strategische Ziele werden systematisch mit operativen Aktivitäten verknüpft und kontinuierlich überprüft.

Dieser Ansatz steigert nicht nur den Markterfolg, sondern fördert auch die interne Zusammenarbeit und das Engagement der beteiligten Teams.

***“Wir haben mit OKRs nicht nur
Transparenz geschaffen –
sondern eine neue gemeinsame
Sprache für Marketing
und Vertrieb.*”**

– Kerstin Löffler,
Vice President Marketing,
Corporate Communications & ESG



Faller
PACKAGING

Kunde:

Faller Packaging

Bereich:

Marketing, Sales

Branche:

Pharma, Verpackung

Eingesetzte tnn-Bausteine:

#OKRs #Zielarchitektur #Transformationsdesign
#Workshop-Konzeption #Workshop-Moderation
#AgilesArbeiten #WorkshopDesign #Coaching
#Facilitation #Stakeholdermanagement
#TrainingOnTheJob #Projektmanagement