

Vertriebskommunikation 4.0

Digital, ganzheitlich und effizient: Mit Vertriebs-Apps besser beraten

Wenn es um Digitalisierung im Unternehmen geht, ist das Schlagwort „Industrie 4.0“ in aller Munde. Nur, wer hat schon mal etwas von „Vertriebskommunikation 4.0“ gehört, geschweige denn sich hierüber Gedanken gemacht?

„Stellen Sie sich vor, Ihrem Vertriebsteam stehen alle Vertriebsmedien in einer einzigen Plattform digital zur Verfügung – also Präsentationen, Bilder, PDFs, Verkaufsvideos, Animationen oder Texte. Gleichzeitig können Ihre Mitarbeiter auf CRM- und ERP-Daten zugreifen oder sofort in eine andere Sprache wechseln. Mit Hilfe eines Kalkulators werden Kaufszenarien direkt mit dem Kunden durchgerechnet. Die Ergebnisse erhält er oder Ihr Innendienst unmittelbar per E-Mail“, erläutert Gregor Pchalek, was er unter „Vertriebskommunikation 4.0“ versteht.

Der Chef der Marketingagentur M3-Communication schildert, warum diese modernen Digital Sales-Lösungen gegenüber Notebook- oder linearen Powerpoint-Präsentationen punkten und sich aus seiner Sicht langfristig im Markt durchsetzen werden:

- Alle Medien sind mit wenigen Klicks jederzeit verfügbar – online wie offline.
- Im Beratungs-, Messe- oder Verkaufsgespräch kann der Verkäufer auf den Bedarf seines Gegenübers schnell und direkt reagieren.
- Eingebundene CRM- oder ERP-Daten liefern wichtige Impulse für das Verkaufsgespräch.
- Tablets sind hierfür die optimale Hardware. Die eigentliche Performance liefert dann allerdings die sogenannte Multi-Channel-App-Technologie.
- Neue Medien werden nur einmal auf dem „App-Server“ ausgetauscht und verteilen sich automatisch auf die Geräte aller Vertriebsmitarbeiter.



Digitale Technologien werden im B2B-Vertrieb zu massiven Veränderungen führen

Abschlüsse steigen

Aktuelle Untersuchungen belegen: Dank „Vertrieb 4.0“ schnellen Verkaufszahlen nach oben. Die Unternehmensberatung Roland Berger hatte im Umfeld der TK-Branche im vergangenen Jahr über sechs Monate diese neue Form des digitalisierten Vertriebes untersucht. Die Ergebnisse: Pro Kontakt erhöhte sich die Abschlussquote um fünf bis zehn Prozent. Der Zeitbedarf für eine qualifizierte Kundenberatung sank um zehn Minuten. Die Anzahl der Abschlüsse pro Mitarbeiter stieg um 41, der Gesamtwert der Abschlüsse um 69 Prozent.

Serie (5):



Laut der A.T. Kearney-Studie „The Future of B2B Sales“ aus dem Jahr 2016 werden digitale Technologien im B2B-Vertrieb zu massiven Veränderungen führen. Gleichzeitig bieten sie große Chancen, sich vom Wettbewerb abzusetzen und mehr Kunden zu deutlich geringeren Kosten zu akquirieren. Pchalek gibt hierzu zwei Beispiele: Michelin setzt international eine 16-sprachige B2B-Sales-App ein. Im Verkaufsgespräch mit einem Spediteur ermöglicht sie, individuelle Daten zum Abrieb der LKW-Reifen in eine Berechnungsumgebung einzustellen. Ein Algorithmus ermittelt daraus, ob sich eine Runderneuerung oder eher Neureifen lohnen und visualisiert das Einsparungspotential.

In einer Sales-App von Vodafone, die über 800 Vertriebsmitarbeiter in B2B einsetzen, wurden alle verkaufsrelevanten Themen als kleine Informationseinheiten aufbereitet. Je nach Gesprächsführung können nach wenigen Klicks Videos, Präsentationen, digitale Broschüren oder Vertragsblätter geöffnet werden, um das Gespräch kundengerecht und abschlussorientiert zu führen. Interessante Do-

Foto: M3-Communication

Förderprogramm „go-digital“

Das neue bundesweite Förderprogramm „go-digital“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie unterstützt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sowie Handwerksbetriebe dabei, die eigene Digitalisierung auf drei Feldern voranzutreiben: IT-Sicherheit, Digitale Markterschließung und Digitalisierte Geschäftsprozesse.

Praxiswirksam bietet das Programm Beratungsleistungen, um mit den technologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen im Bereich Online-Handel, Digitalisierung des Geschäftsalltags und dem steigenden Sicherheitsbedarf bei der digitalen Vernetzung Schritt zu halten.

Um KMU und Handwerk in bürokratischen Erfordernissen zu entlasten, übernehmen autorisierte Beratungsunternehmen die Antragstellung für die Förderung. Sie sind nicht nur für die Antragstellung und die Beratungsleistung selbst zuständig, sondern auch für die Abrechnung und die Verwendungsnachweisprüfung. Alle für das Förderprogramm „go-digital“ autorisierten Beratungsunternehmen werden zukünftig auf der go-digital-Seite veröffentlicht – gegenwärtig läuft der Autorisierungsprozess der Beratungsunternehmen.

Weitere Informationen unter www.bmwi.de oder unter www.ihk-fulda.de, Dokumentnummer 3785646.

Komplexität vereinfachen

Die Erfahrungsbilanz von Pchalek deckt sich mit einer zentralen Erkenntnis der A.T. Kearney-Studie: Eine wichtige Herausforderung besteht darin, Angebote und Kundeninteraktionen einfach zu gestalten und damit Vertriebskommunikation (teilweise) neu zu denken. Denn häufig wirkt sich die als unüberschaubar empfundene Komplexität als Motivations- und damit letztlich als Wachstumsbremse aus.

Zielgruppen emotional berühren

„Ein Weg, Komplexität zu vereinfachen, besteht darin, Menschen wieder dort abzuholen, wo sie evolutionsgeschichtlich herkommen: Wir sind ursprünglich davon geprägt, unsere Kultur in Form von Geschichten zu überliefern. Neben allen technischen Vorteilen befördern Digital Sales-Lösungen im Wesentlichen modernes Storytelling. Damit ermöglichen sie Unternehmen, ihre individuellen Erfolgsgeschichten zu erzählen – um Zielgruppen emotional zu berühren und nachhaltig zu begeistern“, ist Kommunikationsspezialist Gregor Pchalek überzeugt.

WRF



Foto: stock.adobe.com / © Rawpixel.com

Bauen mit System

Schnell, wirtschaftlich und nachhaltig.

GOLDBECK Nord GmbH, Niederlassung Kassel, 34123 Kassel, Heinrich-Hertz-Straße 3a, Tel. +49 561 58902-0, kassel@goldbeck.de

konzipieren bauen betreuen
www.goldbeck.de

GOLDBECK