

Kunde?

Kunde!

Wie Vertrieb heute funktioniert

Lothar Grüber, Vertriebsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung der RDS Consulting GmbH



Gemeinsame Sache mit dem Kunden machen klingt selbstverständlich – und Floskeln wie „Der Kunde ist König“ hat wohl jeder Vertriebsleiter schon vielfach gehört und gesagt. Doch wie wird dieser Anspruch in der digitalen Realität von Onlineshops und Online-Serviceangeboten realisiert? Wie kann der produktgetriebene Ansatz abgeschafft werden,

um sich wieder auf den Kunden zu konzentrieren? Ziel ist es, dafür die Mittel zu nutzen, die die Digitalisierung bereitstellt.

Die Digitalisierung hat den Vertrieb verändert: Onlineanbieter aus aller Welt mit innovativen Konzepten greifen etablierte Geschäftsmodelle an und neue Kommunikationstechniken katapultieren die Möglichkeiten der Kundenzentrierung in eine neue Dimension. Im B2C-Bereich sind die Möglichkeiten, sich zu informieren, Serviceleistungen in Anspruch zu nehmen oder private Belange online abzuwickeln zahlreich und oft einfach und intuitiv bedienbar.

Doch im B2B-Umfeld finden Kundenbetreuung und der Ausbau von Kundenbeziehungen auf einer anderen Ebene statt, denn oft

handelt es sich um erklärungsbedürftige Produkte und Angebote. Zudem gestaltet sich der Kauf meist komplex und mehrstufig, mehrere Instanzen müssen sich einstimmig für ein Angebot entscheiden. Um den Kaufprozess so einfach, angenehm und authentisch wie möglich zu gestalten, muss Vertrauen aufgebaut, Kompetenz vermittelt und Qualität bewiesen werden. Dabei ist Vernetzung ein entscheidender Faktor. Ein einheitliches Auftreten nach außen sollte der Ausgangspunkt sein – von einer modernen Webseite über aktuelle Geräte der Mitarbeiter sowie ein schneller Service.

Technische Voraussetzungen für Kommunikation in Echtzeit

Die Digitalisierung des Vertriebsarbeitsplatzes kann ein erster Schritt zu mehr Mobilität und damit auch mehr Flexibilität sein, um Kunden schnell zu informieren und jederzeit erreichbar und auskunftsfähig zu sein. Ein mobiles Informationsmanagement, beispielsweise mit Microsoft Office 365 und Dynamics CRM, ermöglicht die Kommunikation in Echtzeit zwischen Vertrieb und Backoffice mittels Videotelefonie oder Chat.

Darüber hinaus sind exakt aufeinander abgestimmte Tools zur Kundenbetreuung enorm wichtig. Ein mögliches Modell könnte wie folgt aussehen: Die Verbindung aus modernen mobilen Geräten mit einer Sales App und einem mobilen Cloud-CRM. Vernetzung und Verfügbarkeit auf allen Geräten ist wichtig, um die Ansammlung von individuellem Kundenwissen überall und jederzeit wiederauffindbar zu machen. Denn tiefgehendes Verständnis für die Bedürfnisse des Kunden hilft dabei, ihn optimal zu beraten und schlussendlich zu einem langjährigen Bestandskunden auszubauen.

Kundeninformationen sichern Beratungsqualität

Cloud, Big Data, Social Media und Kollaboration machen einen tatsächlich mobilen und flexiblen Vertrieb erst möglich. Die Rechenleistung, die zur Auswertung der umfassenden Datenmengen und der darin enthaltenen Informationen nötig sind, kann meist nur eine Cloud-Lösung bieten. Die gesammelten Unternehmensdaten müssen dabei in aussagekräftige Informationen umgewandelt werden.

Darüber hinaus gibt der Kunde im Laufe einer Geschäftsbeziehung zahlreiche Informationen preis und erwartet dafür auch einen individuellen Service. Entsprechend müssen die Daten ausgewertet und interpretiert werden: Die gesammelten Kennzahlen aus diesem Unternehmensbereich sind von besonderer Bedeutung, denn die optimale Beratung und das daraus resultierende Vertrauen in die Kompetenz und Qualifikation des Unternehmens sind die Grundlage guter Geschäftsbeziehungen. So stehen heute auch Tools zur Verfügung, die Vorhersagen darüber treffen, was den Kunden als nächstes interessieren könnte.

Innovative neue Herangehensweisen für das Kundengespräch

Erfahrungsgemäß macht die hohe Markttransparenz ein individuelles Leistungsversprechen unerlässlich. Leistungsmerkmal kann beispielsweise eine eigene App sein. Auch werden die Erwartungen an die Präsentation eines Produkts oder Angebots auf Kundenseite immer höher – und eine hochwertige Darbietung ist mittlerweile in allen Branchen Standard. Diesen Erwartungen kann auch im B2B-Geschäft mit einer ansprechenden multimedialen Produktpräsentation Rechnung getragen werden.

Eine vertriebsunterstützende App kann hier das gemeinsame Einkaufserlebnis mit dem Kunden neu definieren. Auch visualisiert die Digitalisierung des Produktkatalogs in Form einer App das Angebot und macht es lebendiger und erlebbarer. Doch wird der Kunde damit nicht allein gelassen, wie beispielsweise im Onlineshop, sondern bekommt eine geleitete Tour – die im Vorfeld individuell für den Kunden zusammengestellt werden kann. Auf diese Weise entstehen auch keine Wartezeiten mehr zwischen Beratungsgespräch



und Angebotserstellung, denn dieses wird im direkten Gespräch mit dem Kunden erstellt und sofort abgeschickt. Beratung und Angebotserstellung in Echtzeit bieten so einen echten Zeitvorteil für den Vertrieb und erhöhen gleichzeitig die Servicequalität.

Résumé

Die Verknüpfung der App mit einem mobilen Customer Relationship Management aus der Cloud ermöglicht die moderne Kundenbetreuung unter Berücksichtigung aller Informationen und deren Auswertungen und Interpretationen dank ‚Machine Learning‘-Algorithmen.

In Zukunft braucht man also keine digitale oder mobile Strategie, sondern ein digital transformiertes Unternehmen, das mit den Herausforderungen und Veränderungen der Zukunft umgehen kann. Agilität und die Flexibilität, um auf Veränderungen zu reagieren, sind entscheidend. Genau das gilt auch für den zukünftigen Umgang mit Kunden. Der „Schlüssel“ ist das Einlassen auf Veränderungen durch Digitalisierung, die Nutzung modernster technologischer Möglichkeiten und die Adaption innovativer neuer Herangehensweisen. //

www.rds.de

RDS ist ein mittelständisches IT-Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen aus Düsseldorf. Wir beraten unsere Kunden auf Basis unserer langjährigen Praxiserfahrungen und entwickeln agile Software-Lösungen für die Herausforderungen unserer Kunden – seit über 30 Jahren.



CeBIT 2016

windream Partnerstand Halle 3 | Stand J 20

Mobile Enterprise Park Halle 5 | Stand D10/210