

DER ZUKÜNFTIGE VERTRIEB

„Die virtuelle Welt“ im Internet wird immer mehr zum neuen Aktionsraum für den zukünftigen Vertrieb. Digitalisierung im Vertrieb ist als Herausforderung aber auch als Chance zu begreifen. Zu den primären Vorteilen für Ihr Unternehmen gehört die Tatsache, dass Sie unter geringem digitalen Aufwand Ihre Reichweite stark erhöhen können.



VERTRIEBSSTRUKTUR

Um in dieser Zeit die Digitalisierung erfolgreich zu integrieren, steht auf der einen Seite die Steuerung Ihrer Vertriebsprozesse. Hierbei unterstützen wir Sie mit unserer Kollegin Carolin Griese-Michels, die mit mehr als 16-jähriger Beratererfahrung bei Roland Berger mit Ihnen Ihre Vertriebsprozesse digital erweitert. Ein weiteres Ziel ist es, maßgeschneiderte Lösungen in Ihre Vertriebsstrukturen zu integrieren und neue digitale Strategien zu entwickeln, um Wettbewerbsvorteile für Ihr Unternehmen zu erzielen.

Für wen ist das Angebot?

Vorstand und Geschäftsführer

Wie läuft es ab?

Themenbezogene digitale Formate wie Videokonferenzen, Webinare und virtuelle Meetings: Einzeln oder in einer Kleingruppe.

DIGITALER VERTRIEB

Auf der anderen Seite steht die Kompetenzerweiterung für Ihre Führungskräfte und Ihre Vertriebsmitarbeiter im Innen- und Außendienst zu dem Thema „Digitalisierung im Vertrieb“. Unsere Kollegin Gaby Hinrichs, die mit mehr als 20-jähriger Führungs- und Vertriebsstrainingerfahrung erfolgreich mit unseren Kunden arbeitet, ist auch in dieser Zeit genau die richtige Ansprechpartnerin für Sie.

Es kommt jetzt auf den schnellen „digitalen“ Draht zum Kunden an. Dieser führt zu kürzeren und fokussierteren Kundengesprächen. Durch die deutlich höheren Frequenzen wird der Kontakt zum Kunden intensiviert und spart viel Zeit auf beiden Seiten. Daraus ergeben sich geringere Reisezeiten und niedrigere Reisekosten. Ebenso werden erheblich weniger Firmenfahrzeuge gebraucht.

Für wen ist das Angebot?

Vertriebsleitung und Vertriebsmitarbeiter im Innen- und Außendienst

Wie läuft es ab?

Themenbezogene digitale Formate wie Videokonferenzen, Webinare und virtuelle Meetings: Einzeln oder in einer Kleingruppe. Begleitende Selbstlernphasen in Kleingruppen oder Lern-Tandems

Aufgrund der höheren Kontaktfrequenz, der entstandenen Flexibilität und Spontanität, sind die Potenziale für Neukundengewinnung und Umsatzsteigerung weitere positive Aspekte der digitalen Vertriebsarbeit. Durch die unbegrenzte Möglichkeit am Bildschirm faktische Informationen zu teilen, bleibt keine Frage offen, so dass einer Kundenentscheidung nichts mehr im Wege steht.

Das vertrauensvolle Gespräch zwischen dem Kunden und dem Vertriebsmitarbeiter wird, besonders bei sehr komplexen Produkten und Dienstleistungen, damit nicht zu 100 Prozent ersetzt werden können. Bis zu welchem Grad das gelingen kann, wird am Ende jedes Unternehmen für sich entscheiden.

Die Außendienstmitarbeiter, die in ihrer täglichen Arbeit meist unter einem enormen Leistungsdruck stehen, sparen Reisezeit, Verkehrschaos und Staus und haben somit mehr wertvolle Arbeitszeit. Die Termine können eng getaktet sein und pünktlich starten, denn auch beim Kunden zählt jede Minute. Dadurch, dass für alle ein „Arbeiten und Kommunizieren“ am Bildschirm völlig normal geworden ist, bestehen weniger Vorbehalte bei Videokonferenzen und die Hemmungen bei medialen Zusammenkünften sind weitestgehend abgebaut.

„Jetzt Sie“

Wenn Sie sich jetzt mit Ihrem Unternehmen den Herausforderungen durch die Corona-Pandemie stellen, können Sie die negativen Folgen weitestgehend abfedern. Zum einen gilt es im Vertrieb, den „Kundenkontakt auf Distanz“ zu halten und sich auf neue Herangehensweisen einzustellen. Zum anderen wird gerade jetzt die Kommunikation in Ihrem Vertriebsteam und mit der Führungsebene enorm wichtig – über die räumliche Distanz hinweg. Genau das ist für den Vertrieb in Ihrem Unternehmen eine große Chance.

Denn mit den Maßnahmen, die Sie als Vertriebsprofis jetzt treffen, stellen Sie sich für den Vertrieb in einer digitalisierten Welt auf. Dadurch werden Sie gestärkt und als Gewinner aus der Corona-Krise hervorgehen.



WIE WERDEN SIE ZUM SMARTEN SALES-TEAM

Baustein 1: Interview durch die Führungskraft

Was ist die Anforderung und wer sieht sich in der Lage, im eigenen Unternehmen die Rolle im smarten Sales als Führungskraft zu übernehmen? Die Führungskraft wird befähigt, Interviews zu führen, in denen die eigenen und die Erwartungen der Mitarbeiter erfasst werden und eine erste Ist-Analyse durchgeführt wird.

Baustein 2: Change-Transformationsgespräche

Wie gelingt die richtige Ansprache der Außendienstmitarbeiter durch die Führungskraft? Wie wird Mitarbeiter-Erwartung in Mitarbeiter-Motivation umgewandelt?

- Kommunikation
- Mitarbeitergespräche
- Typgerechte persönliche Ansprache
- Ziele festlegen

Baustein 3: Vorbereitung und Durchführung - Distance Sales

Wie stark ich meinen Innen- und Außendienst, um als smartes Sales Team den Kunden in den Fokus zu nehmen? Was für Kompetenzen und KnowHow braucht es dafür?

- Methoden- und Inhaltsschulung zur vertrieblichen Kompetenzerweiterung im Innendienst
- Außendienst: Bedarfsanalyse, Nutzen-Argumentation und Einwandbehandlung mit Fokus auf smarten Sales
- Video- und Präsentations-Trainings zur Vermittlung folgender Themen:
 - Wie nutze ich die technischen Hilfsmittel noch stärker?
 - Wie erweitere ich meinen Akquise-Radius durch Social Media?
 - Wie transformiere ich meine Vertriebsstärken in die digitale Sales-Landschaft?

Baustein 4: Profiling Farmer and Hunter – Agile Sales

Farmer-Hunter Modell: Stärken der Verkäufer erkennen

Wie werden Kompetenzen typgerecht berücksichtigt und Mitarbeiter entsprechend motiviert? Es wäre zu einfach, Vertriebler in Hunter und in Farmer aufzuteilen. Je nach Länge des Sales Cycles ergeben sich auch innerhalb der Gruppierungen bedeutende Unterschiede. Nicht jeder Hunter kann jedes Neukundengeschäft abwickeln und oft braucht es Farmer und Hunter zugleich, weil es den Farmer-Hunter oder eben Hunter-Farmer nicht gibt. Welche Persönlichkeiten sind in welcher Weise im digitalen Vertrieb gefordert?

Lassen Sie uns gemeinsam strategisch auf Ihr Sales Team schauen und erarbeiten, wie ein Prozess hin zum smarten Sales Team in Ihrem Unternehmen sinnvoll umgesetzt werden könnte. Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

FRIEDERBARTH

Kleine Seilerstraße 1
20359 Hamburg

Tel.: 040 – 399 19 390

kundenbetreuung@friederbarth.de

www.friederbarth.de

VERLÄSSLICHE GUIDES AN IHRER SEITE

**Kurzprofil
Gaby Hinrichs**

Coach, Berater und Trainer
Jahrgang 1967
Standort: Hamburg

20-jähriger Führungs- und
Vertriebserfahrung

Spezialisierung

- Change – und Transformationsmanagement
- Führungskräfte-Training und Coaching
- SALESCOACH – Ausbildung
- MANAGEMENTCOACH – Ausbildung
- Verkaufs- und Verhandlungstraining
- Führungswechsel-Beratung und Coaching
- Begleitung von Teamberatungen und Teamentwicklungsmaßnahmen
- Konfliktmoderation und -coaching
- Wirkungsmanagement
- Persönlichkeitsentwickelndes Coaching

**Kurzprofil
Carolin Griese Michels**

Coach, Berater und Trainer
Jahrgang 1974
Standort: Hamburg

16-jähriger Beratererfahrung bei Roland
Berger

Spezialisierung

- Coaching und Consulting für Führungskräfte auf Basis von sechzehn Jahren als Strategieberaterin
- Erfolgreiches Leiten, und managen von über 100 internationalen Projekten in der Prozessindustrie, sowie Groß -und Einzelhandel mit Schwerpunkt auf B2B Geschäftsmodelle