



DER FAKTOR MENSCH IM DIGITALEN VERTRIEB – NEUES ROLLENVERSTÄNDNIS ERFOLGREICHER VERKÄUFER

Die Experten sind sich einig: Die Digitalisierung des Vertriebs wird zum wichtigen Erfolgsfaktor. Die neue Generation der Einkaufsverantwortlichen die so genannten „Digital Natives“ sind es gewohnt, komfortabel online zu kaufen und übertragen diese Erfahrungen auf das B2B-Geschäft. Statistisch sind daher bereits 57 Prozent des Entscheidungsprozesses abgeschlossen, bis erstmals Kontakt zum Verkäufer aufgenommen wird.

Der digitale Vertrieb im B2B-Geschäft steckt noch in den Kinderschuhen

Während E-Commerce im Consumer-Bereich weit entwickelt ist, hinkt die Umsetzung im B2B weit hinterher. Das liegt zum einen an einer höheren Komplexität und scheitert zum anderen daran, dass die Schnittstelle zum Kunden nicht mit den passenden Marketing- und Vertriebsprozessen hinterlegt ist.

Zudem fehlen häufig die erforderlichen Informationen. Daten aus den Märkten, zu den Kunden, den eigenen Produkten und Kalkulationswerte werden an unterschiedlichen Stellen erhoben und gehalten aber nur unzureichend systematisch verdichtet, um eine wirklich gute Informationsbasis zu liefern. Als Hemmschuhe werden zudem unzureichende Prozess-Infrastrukturen und das fehlende Know-how bei Mitarbeitern identifiziert.

Der Verkäufer wird immer wichtiger – er muss einfach besser sein als das Web

Eine Beziehung aufzubauen und zu pflegen - das geht nicht nur über das Internet. Der Verkäufer erhält im Zeitalter der Digitalisierung eine andere Wertigkeit und Rolle. Er wird zum persönlichen Garanten, der immer da sein muss und die vielfältigsten Kundenwünsche löst. Denn der Kunde der Zukunft will alles haben, nur keinen Stress. Aber der Verkäufer in der digitalisierten Welt muss noch mehr leisten. Er muss seine Stammdaten beherrschen und in der Lage sein die Fülle an Daten zu lesen, systematisch auszuwerten und daraus ein individuelles Angebot zu entwickeln.

Dabei geht es darum Lösungen anzubieten, die zeigen, dass der Verkäufer das Business seines Kunden versteht und in der Lage ist ihm einen echten Mehrwert zu liefern. Der Kunde, der sich bereits im Web umfassend über Unternehmen und Angebot informiert hat, erwartet vom Face-to-Face-Vertrieb professionelle Beratung und Problemlösungskompetenz.

Die Digitalisierung des Vertriebes zeigt: Nichts schlägt Authentizität

Verkaufen ist ein hochkomplexer, sozialer Akt. Verkauft wird von Mensch zu Mensch. Dies gilt umso mehr, je weniger standardisiert und austauschbar die Leistung ist. Überzeugung ist daher auch ein Ergebnis, das ganz wesentlich von der Persönlichkeit des Verkäufers und seinen sozialen Fähigkeiten beeinflusst ist. Verkaufen wird heute immer mehr von einem sozialen zu einem sozial-medialen Akt. Die gläserne Social Media-Welt setzt neue Maßstäbe. Social Selling heißt die Herausforderung, die jeder gute Verkäufer annehmen muss.

Die Bedeutung des Verkäufers steigt

Das positive Kundenerlebnis über alle Vertriebskanäle hinweg gewinnt an Bedeutung und damit der Verkäufer in seiner Eigenschaft als persönliche Kundenschnittstelle. Unternehmen, denen es gelingt Kundenorientierung und Lösungskompetenz über alle Vertriebskanäle und Organisationseinheiten hinweg zu vermitteln, werden den Wettbewerb für sich entscheiden.

Die Experten von MFB Resultants unterstützen Sie bei der schnellen und effizienten Identifizierung und Besetzung passender Vertriebsmitarbeiter auf allen Hierarchieebenen. Sie liefern Ihnen eine Mitarbeiterqualifikation, die Ihre Verkäufer in ihrer Rolle als willkommene Berater und Problemlöser ihrer Kunden weiter professionalisiert.

MFB Resultants - Wir liefern Resultate