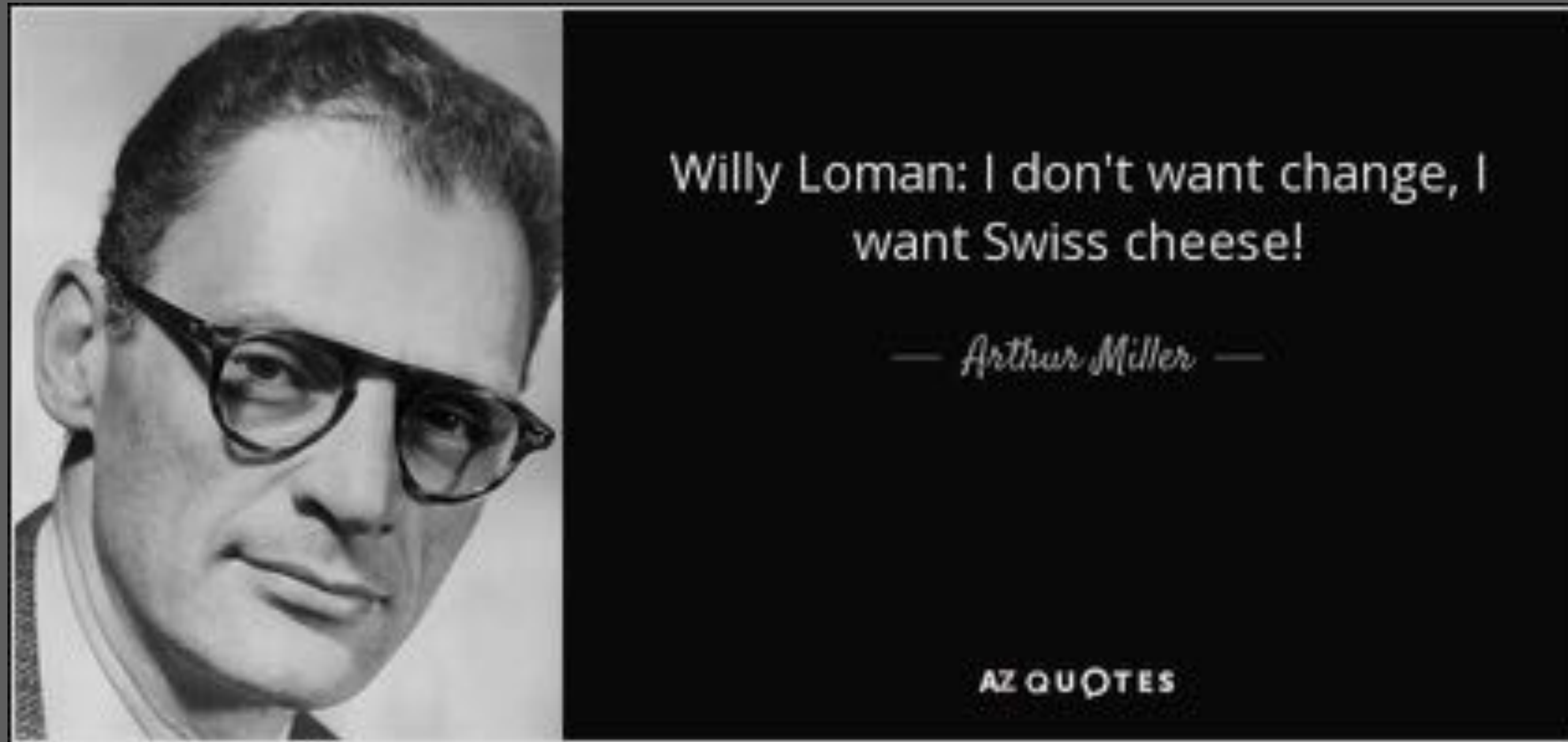


WER KANN ETWAS AN BETRUNKENE KUNDEN VERKAUFEN?

---

**VERKAUF IN ZEITEN DER DIGITALISIERUNG**



---

# TOD EINES HANDLUNGSREISENDEN

# THESEN ZUR DIGITALISIERUNG

Für erfolgreiche Omni-Channel Strategien ist die intelligente Verknüpfung von Daten unerlässlich

Kunden sollten entlang ihrer gesamten „Customer Journey“ erfasst und verstanden werden

Damit geht die Zeit der Bauchentscheidungen zu Ende. Analytik wird zur Grundlage moderner Führung!

Die Entscheidungen der Unternehmen müssen messbarer werden und Analytiker müssen einbezogen werden!



„DIE MENSCHHEIT DER GEGENWART IST EINE VORZUGSWEISE NERVÖSE  
GEWORDENE, EINE ZU NERVÖSEN ERKRANKUNGEN STEIGEND DISPONIERTE.“  
HEINRICH HOFFMANN 1859



IN DEN SECHZIGER JAHREN  
ARBEITETEN BÜROS OHNE  
PERSONAL COMPUTER,  
SMARTPHONES UND E-MAILS

DAMALS NUTZTEN  
UNTERNEHMEN DAS GUTE ALTE  
TELEFON UND DIE POST

# STOFFHÄNDLER



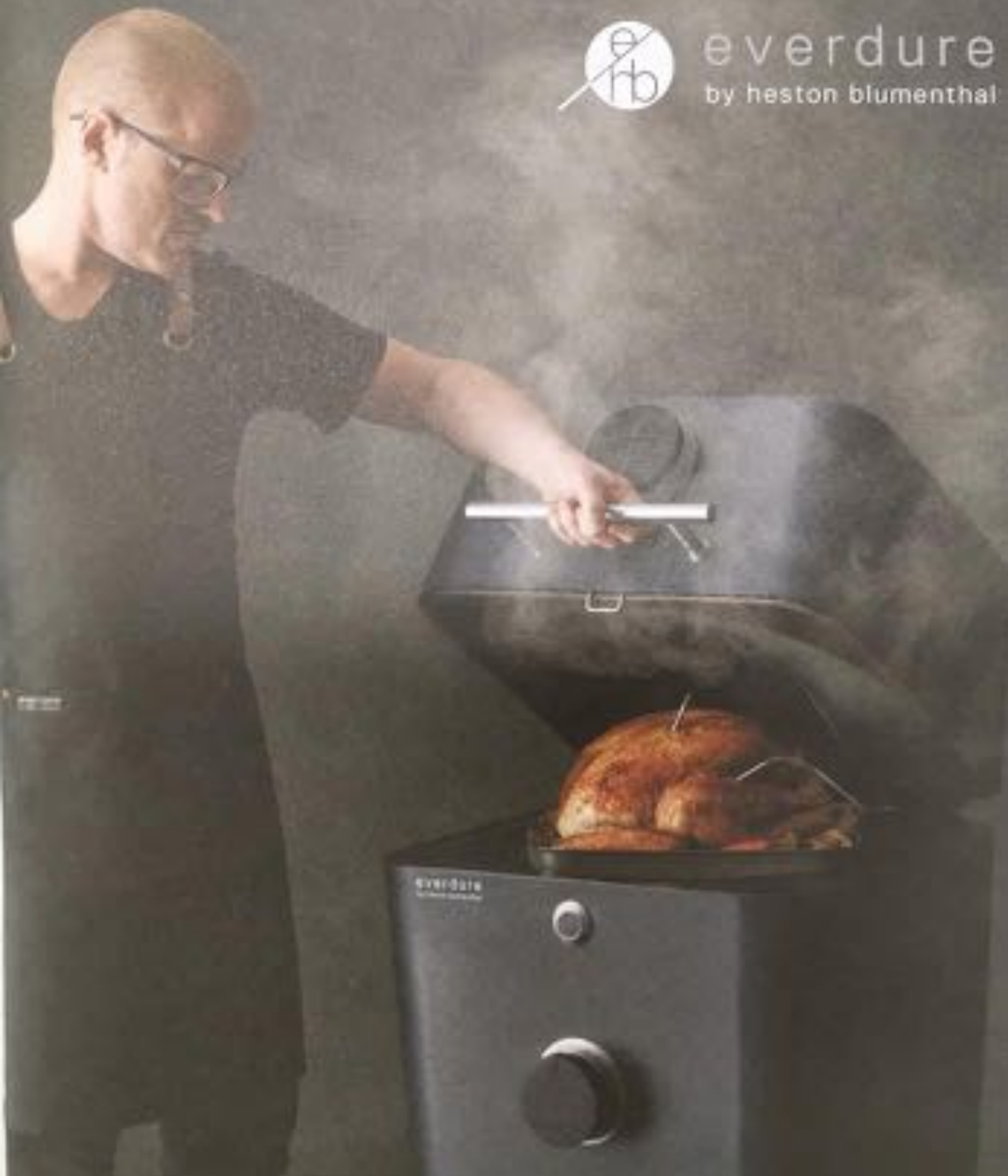
GRETHE JÜRGENS 1932



TROTZ ZWEI MILLIONEN  
FOLLOWER KANN SIE KEINE  
36 SHIRTS VERKAUFEN

---

**ARI**



WENN DIE KOHLE MIT DEM  
„INTERNET OF THINKS“ (IOT)  
FLIRTET!

---

**DANN KLINGELT ES IM  
BETT!**



naos

**„FÜR MENSCHEN MUSS  
DAS DIGITALE  
EMOTIONAL INS  
ANALOGUE ÜBERSETZT  
WERDEN!“**

**Detlef Persin**





„FORTSCHRITT BESTEHT NICHT  
IN DER VERBESSERUNG  
DESSEN WAS WAR,

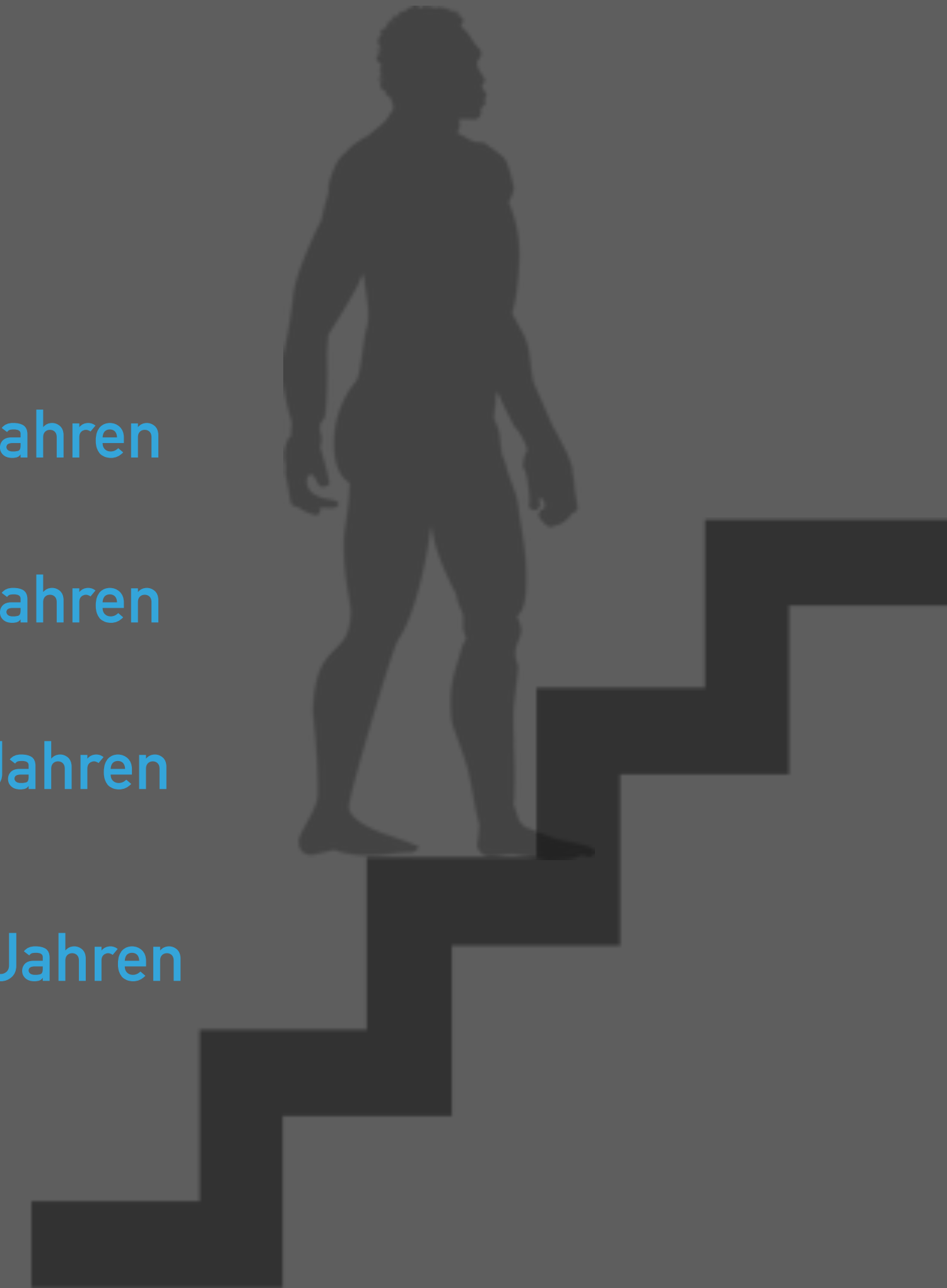


SONDERN IN DER AUSRICHTUNG  
AUF DAS, WAS SEIN WIRD.“

KHALIL GIBRA

## TECHNISCHE REVOLUTION VS. EVOLUTION

- ▶ DUALSYSTEM VON LEIBNIZ 200 Jahren
- ▶ EINFÜHRUNG DER ARABISCHEN ZAHLEN IN WESTEUROPA 700 Jahren
- ▶ SUMERER ERFANDEN DIE SCHRIFT  
UNSERE DNA WURDE ÜBERHOLT! 2.500 Jahren
- ▶ WEITERGABE PER HÖRENSAGEN 500.000 Jahren
- ▶ VERERBUNG DES WISSENS PER DNA



Book  
Street  
Stream

Smart

FÜR DIE MEISTEN KUNDEN IST DIE INFORMATIONSBESCHAFFUNG  
ZU PRODUKTEN ODER DIENSTLEISTUNGEN GAR NICHT EINFACH.  
AUS VERSCHIEDENEN QUELLEN MUSS RECHERCHIERT WERDEN

---

**MEHR LEICHTIGKEIT FÜR DEN KUNDEN!**

## KILL YOUR DARLINGS FIRST

- ➔ 86 PROZENT DER KUNDEN FÜHLEN SICH BEI MEHR ALS 10 DOKUMENTEN ÜBERFORDERT
  - 42 PROZENT SCHON BEI MEHR ALS 5 DOKUMENTEN!
  
- ➔ WAS WIRD ALS NÜTZLICH EMPFUNDEN
  1. TECHNISCHE DATEN / FALLSTUDIEN, 58 PROZENT
  2. INFOGRAFIKEN
  3. WHITEPAPERS,
  4. VIDEOS



## GOLDFISCH



9 SEKUNDEN

## MENSCH



2000:

12 SEKUNDEN

2013:

8 SEKUNDEN

82 PROZENT DER VERBRAUCHER GREIFEN BEIM EINKAUFEN AUF MEHRERE KANÄLE ZURÜCK.

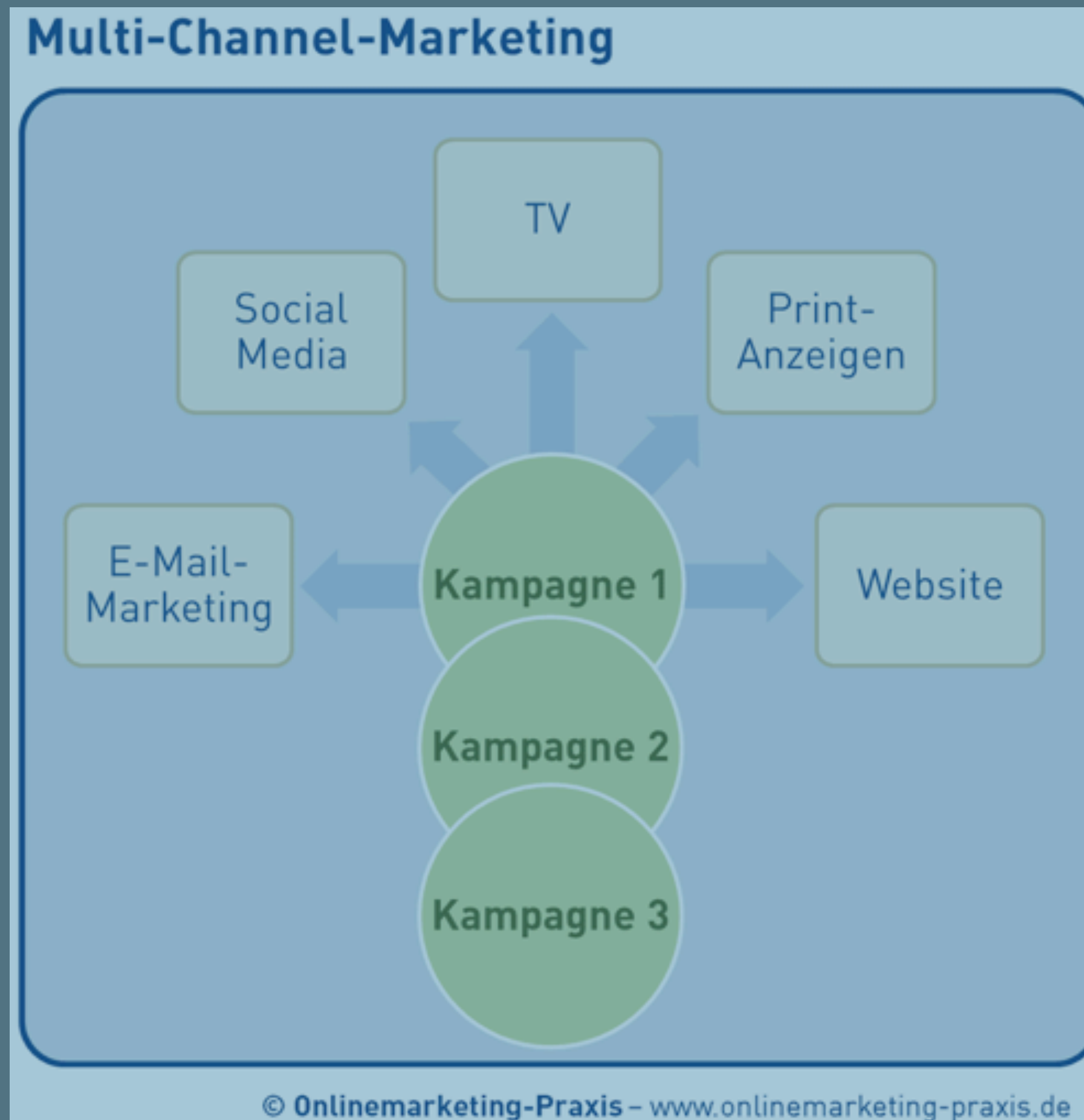
---

**„VERBRAUCHER FORDERN VERZÄHNUNG VON ON- UND OFFLINE“**



# MULTI- VS. CROSS- UND OMNI- CHANNEL

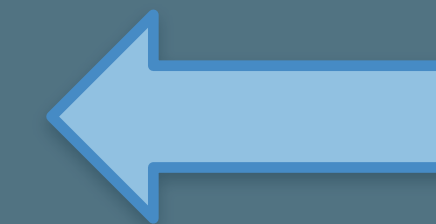
ES IST NICHT ALLES ONLINE!



Direkt-  
vertrieb



Indirekter  
-vertrieb



Laden-  
geschäft



---

**JEDER VERTRIEBSKANAL  
BRAUCHT EIGENE ARGUMENTE  
UND VORGEHENSWEISEN!**





SLC



AMS

-07:24



## Shopping

Fragrances - Ladies

Fragrances - Gents

Skincare - Ladies

Cosmetics - Ladies

Accessories - Ladies

Accessories - Gents

(Sun) Glasses

Liquor

Electronics

Travel products

## Gegenstände

Produkt

Menge

Preis

Ihre Auswahl ist leer.

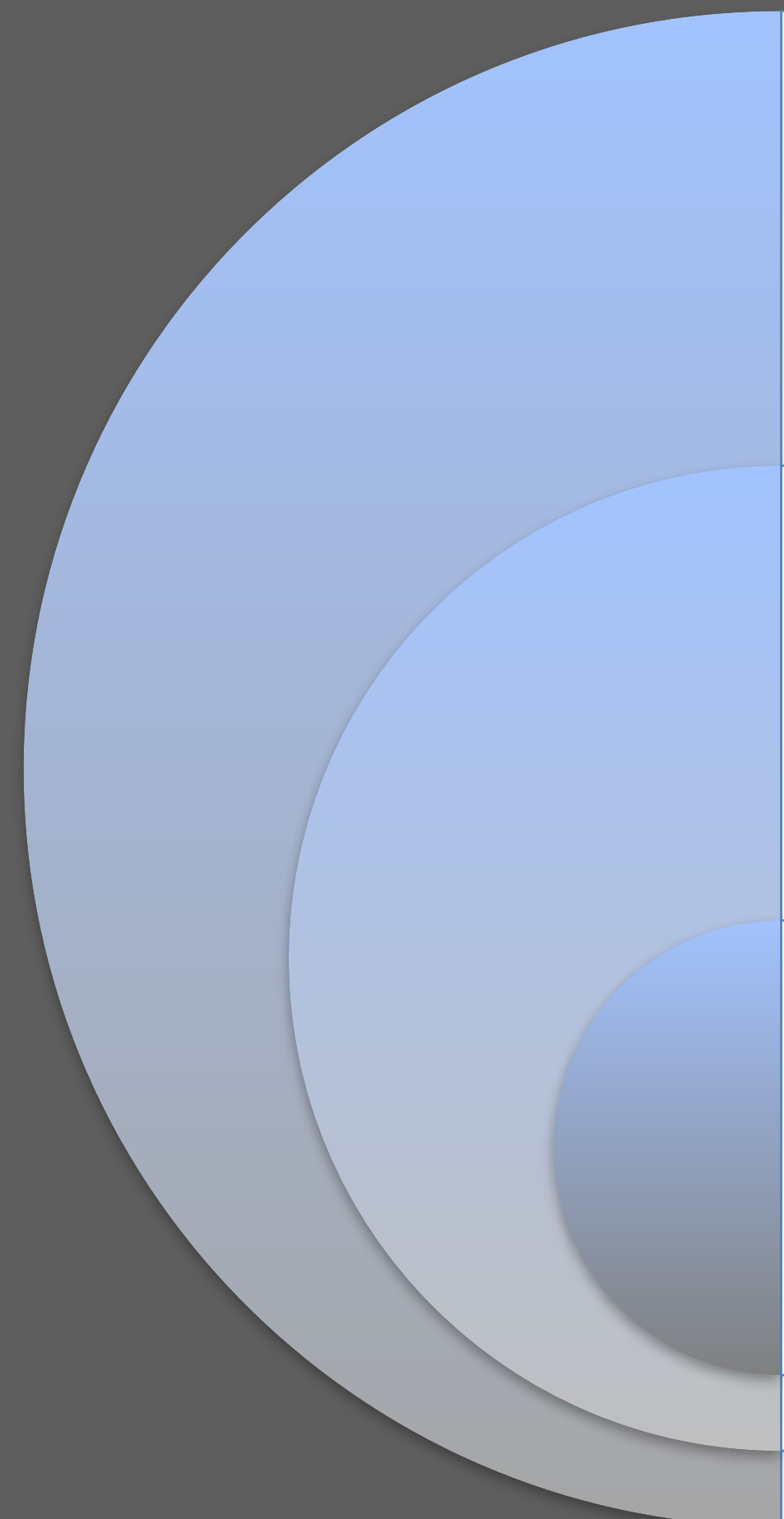
Sie haben Ihre Lieblingsartikel noch nicht zu Ihrer Liste hinzugefügt. Warten Sie nicht länger, sondern finden Sie das Produkt, das Sie brauchen, in unserer Auswahl an Parfüms, Uhren, Kosmetikartikeln, Schmuck, Hightech-Produkten und vielen mehr...



## DIGITALE TRANSFORMATION ES GIBT KEIN AUSWEICHEN

- ➔ ES WIRD KAUM EIN PRODUKT, GEBEN DAS MAN NICHT ÜBER DAS INTERNET VERKAUFEN KANN
- ➔ DIGITALISIERUNG IN DEN VERTRIEB EINBINDEN – ODER WEG SEIN
- ➔ DIGITALISIERUNG MACHT HANDWERKLICHE MÄNGEL IM VERTRIEB SCHNELLER SICHTBAR
- ➔ IMMER IM FOKUS - DER KUNDE!





<h2>CRM</h2>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forecast Planung</li> <li>• Künstliche Intelligenz</li> <li>• Social CRM</li> </ul>
<h2>Digitales Marketing?</h2>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Customer Journey</li> <li>• Lead Nurturing</li> <li>• Automatisierte Leadfindung</li> </ul>
<h2>Industrie 4.0</h2>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Losgröße „Eins“</li> <li>• 3D Drucker</li> <li>• Vergleichbarere Produkte</li> </ul>



- ➔ CRM IST ZU VERSTEHEN ALS EIN STRATEGISCHER ANSATZ, DER ZUR VOLLSTÄNDIGEN PLANUNG, STEUERUNG UND DURCHFÜHRUNG ALLER INTERAKTIVEN PROZESSE MIT DEM KUNDEN GENUTZT WIRD.
- ➔ CRM UMFASST DAS GESAMTE UNTERNEHMEN UND DEN GESAMTEN KUNDENLEBENSZYKLUS UND BEINHÄLTET DAS DATABASE MARKETING

PROF. DR. JAN WIESEKE UND PROF. DR. CHRISTIAN SCHMITZ  
PROFESSOREN FÜR VERTRIEBSMANAGEMENT UND LEHRSTUHLINHABER AN DER RUHR-UNIVERSITÄT BOCHUM.

MEHR ONLINE UMSATZ + WENIGER KUNDEN = MEHR  
AUßENDIENSTMITARBEITER

---

**PARADOXE GLEICHUNG ZUR UMSATZSTEIGERUNG**



**EINFACHES GESCHÄFT MIT STANDARDISIERTEN PRODUKTEN KANN AUF DEN E-COMMERCE VERLAGERT WERDEN!**

**DURCH DIESE VERTRIEBSKANALVERLAGERUNG MÜSSEN WENIGER KUNDEN DURCH DEN AUßENDIENST PERSÖNLICH BETREUT WERDEN, SODASS DER FOKUS DER VERTRIEBSMITARBEITER AUF DIE GROßEN KUNDEN GERICHTET WIRD**

**. . . . . UM DIE WERTVOLLEN ACCOUNTS MIT OFT KOMPLEXEN PRODUKTEN AUSREICHEND INTENSIVIEREN ZU KÖNNEN, STEHEN MEHR AUßENDIENSTMITARBEITER ZUR VERFÜGUNG, DIE DANN ZUSÄTZLICHE CROSS- UND UP-SELLING-POTENZIALE AUSSCHÖPFEN KÖNNEN**

**Zwingend erforderlich:**

**„Digitale, unterstützende Vertriebstools, die einen nahtlosen Vertrieb ermöglichen!“**

DIE ZUKUNFT:

KREATIVE, BERUFSERFAHRENE GENERALISTEN

**LEBENS LANGES LERNEN**



GARDNER KURVE



HOMO OECOMICUS



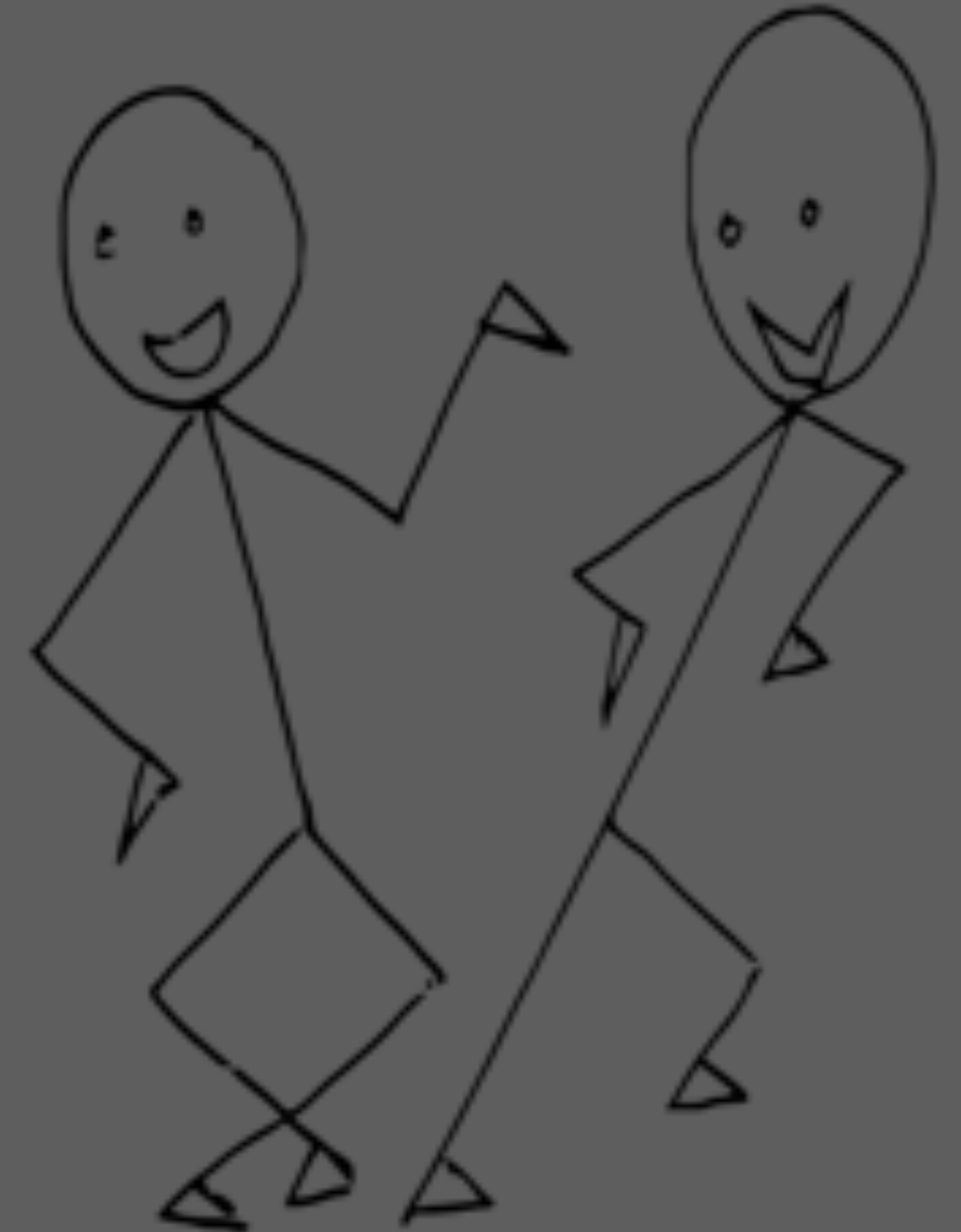
LIMBISCHES SYSTEM

---

**AUF DER ANDEREN SEITE**

# DENKEN SIE AN DEN MENSCHEN!

- ➔ DIGITALE TECHNOLOGIE IST KEIN ERSATZ FÜR ÜBERZEUGUNGSKRAFT / EMPATHIE DER VERKÄUFER
- ➔ DIGITALE UNTERSTÜTZUNG FÜR DIE TÄGLICHEN HERAUSFORDERUNGEN DER VERTRIEBSMITARBEITER



# KÜNSTLICHE INTELLIGENZ DARF DEN VERTRIEB NICHT BEHINDERN

NICHT ZU VIELE DATENSÄTZE  
GENERIEREN

BESSER MIT VIRTUELLEN  
ASSISTENTEN PASSGENAUERE  
KUNDENANSPRACHE UNTERSTÜTZEN



- VERKAUFSZYKLUS BESTEHT AUS VIELEN EINZELNEN SCHRITTEN
- VERTRIEB IST NICHT NUR DER ERFOLGREICHE VERKAUFSABSCHLUSS
- EINZELNE SCHRITTE LASSEN SICH DIGITAL VERBESSERN
- ERHÖHEN DER CHANCE DES ABSCHLUSSES

---

**DIGITALISIERUNG IM VERTRIEB =  
AKTIVITÄTSBASIERTER ANSATZ**

## GESCHÄFTSMODELLE VERÄNDERN SICH

DIE KAESER SE VERKAUFT IMMER  
HÄUFIGER KEINE KOMPRESSOREN  
MEHR,

SONDERN NUR NOCH DIE  
BEREITSTELLUNG VON  
DRUCKLUFT!





## DIGITALE AKQUISEUNTERSTÜTZUNG DURCH BIG DATA

- ➔ DERZEITIGE MARKTBEARBEITUNG:
  - ADRESSEN AUS DEN EIGENEN DATENBANKEN UND CRM
  - GEKAUFTE „ABGELUTSCHTE“ ADRESSEN
  
- ➔ ZUKÜNFTIGE MARKTBEARBEITUNG:
  - ES IST NICHT NUR ENTSCHEIDEND WEN MAN ANSPRICHT, SONDERN AUCH WANN!
  - INTERESSENTEN DIE UNSEREN KUNDEN GLEICHEN
  - INTERESSENTEN DIE AUF WEBSEITE WAREN



# KÜNSTLICHE INTELLIGENZ DARF DEN VERTRIEB NICHT BEHINDERN

NICHT ZU VIELE DATENSÄTZE  
GENERIEREN

BESSER MIT VIRTUELLEN  
ASSISTENTEN PASSGENAUERE  
KUNDENANSPRACHE UNTERSTÜTZEN





**Bewusstsein**  
**Awareness**  
 Kunde zeigt Interesse

**Überlegung**  
**Consideration:** Kunde denkt darüber nach zu kaufen

**Konvertierung**  
**Conversion:** Kunde kauft

**Erhalt**  
**Retention:** Kunde ist zufrieden, kauft wieder

**Befürwortung**  
**Advocacy:** Kunde empfiehlt weiter

# AIDA



**Attention**  
Aufmerksamkeit erzeugen

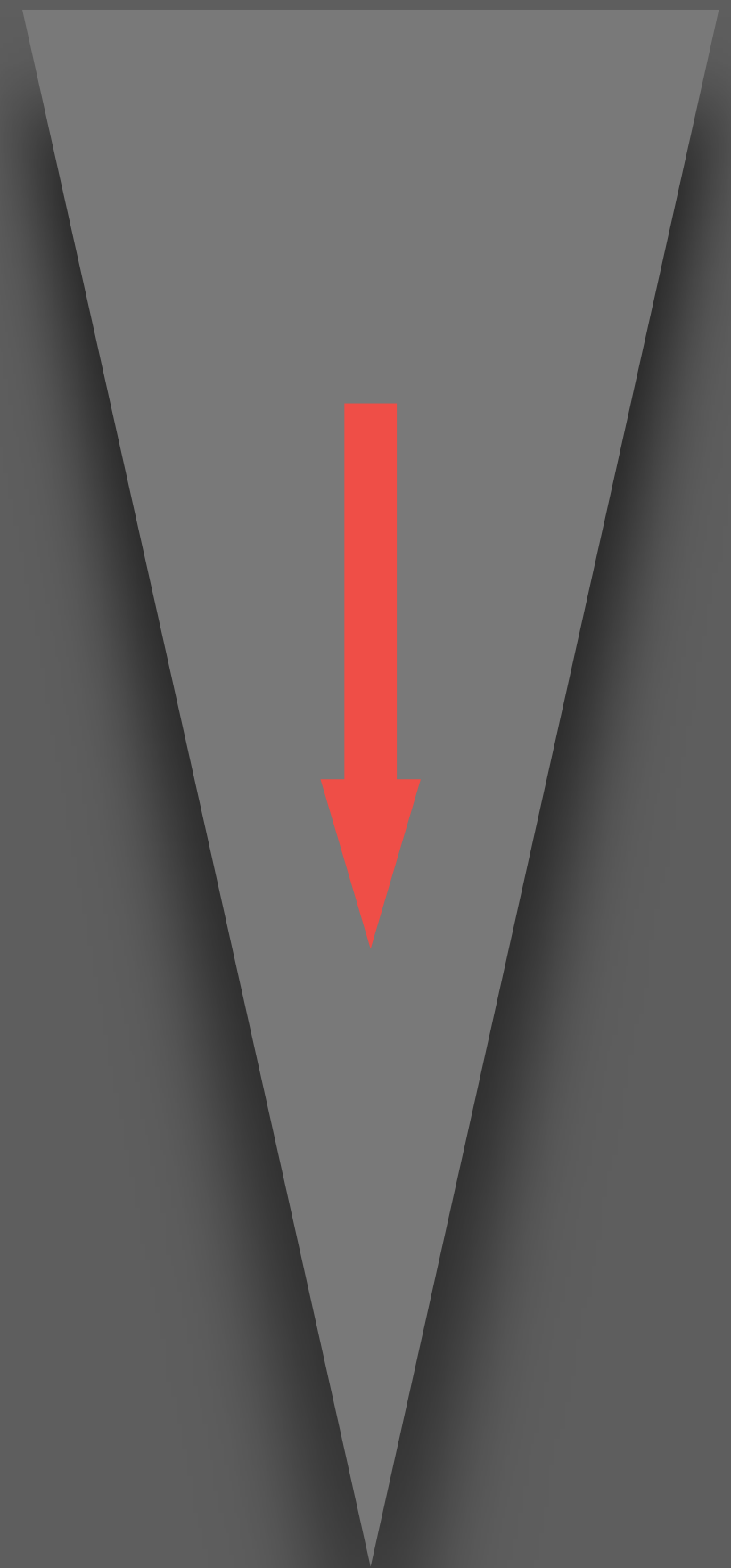
**Interesse**  
Interesse wecken

**Desire**  
Besitzwunsch auslösen

**Action**  
Kauf



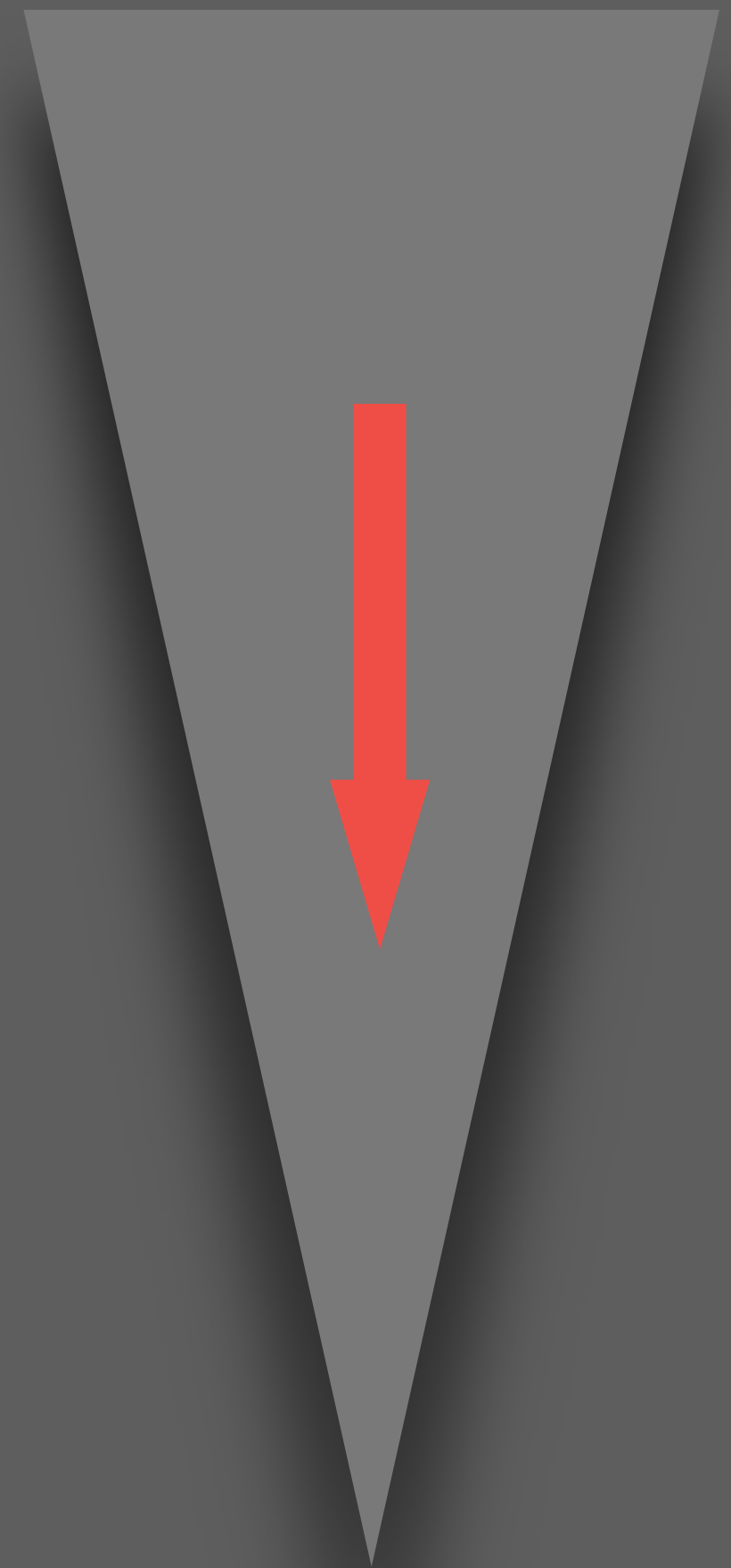
# Customer Journey



- Bewusstsein**  
**Awareness**  
Kunde zeigt Interesse
- Überlegung**  
**Consideration:** Kunde denkt darüber nach zu kaufen
- Konvertierung**  
**Conversion:** Kunde kauft
- Erhalt**  
**Retention:** Kunde ist zufrieden, kauft wieder
- Befürwortung**  
**Advocacy:** Kunde empfiehlt weiter



# AIDA



- Attention**  
Aufmerksamkeit erzeugen
- Interesse**  
Interesse wecken  
**Desire**  
Besitzwunsch auslösen
- Action**  
Kauf
- Satisfaction**



**KUNDE**

**DIGITALE  
VERTRIEBSPROZESSE**



**DAS DIGITALE HAT DEM ANALOGEN ZU DIENEN!**

## DER VERKÄUFER IMMER NOCH DIE NR. 1

1. 70 PROZENT SEHEN DEN VERKÄUFER ALS WICHTIGES KAUFKRITERIUM AN
2. OPTIMALES KAUFERLEBNIS
3. KUNDENSERVICE
4. CONTENT







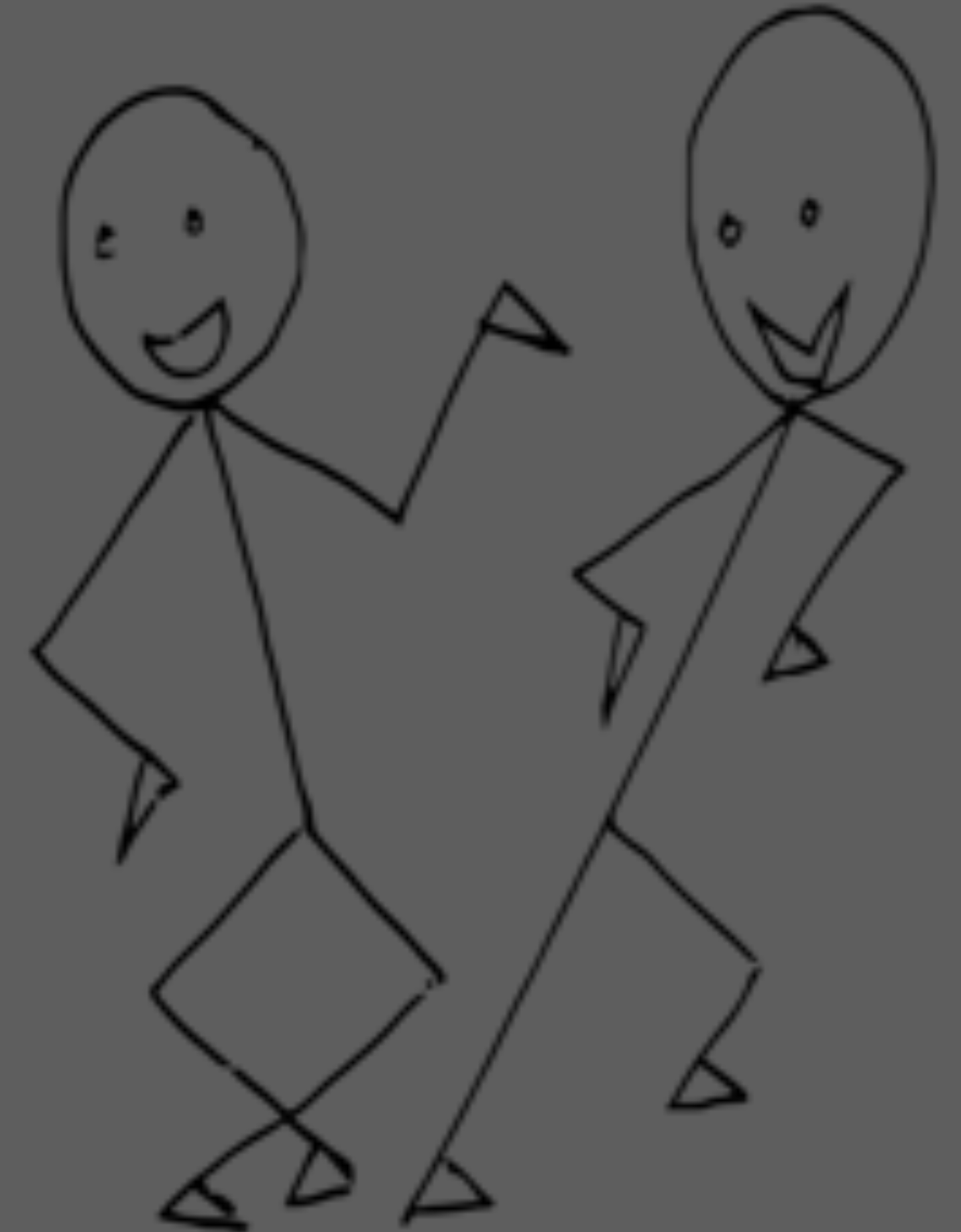
73 % DER BUNDESBÜRGER BEVORZUGEN ES  
IHREM GESPRÄCHSPARTNER VON  
ANGESICHT ZU ANGESICHT GEGENÜBER ZU  
SITZEN

---

**BEI WICHTIGEN THEMEN VERTRAUEN  
81 % AUF DAS PERSÖNLICHE  
GESPRÄCH** CASH BACK PORTAL

# DENKEN SIE AN DEN MENSCHEN!

- ➔ DIE RICHTIGE BALANCE ZWISCHEN DIGITALER UND ANALOGER WELT
- ➔ TROTZ DATENBASIERTEM VERTRIEB STEHT IMMER NOCH DER MENSCH IM MITTELPUNKT!
- ➔ PERSÖNLICHE GESPRÄCHE SIND AUCH IN DER DIGITALEN WELT NICHT ZU ERSETZEN – EMPATHIE LÄSST SICH NICHT DIGITALISIEREN



AUCH DER KLASSISCHE VERTRIEB MUSS VERSTEHEN!

naos

## DIGITALE TRANSFORMATION ES GIBT KEIN AUSWEICHEN

- ➔ JENSEITS DES ABTEILUNGSGERANGELS
- ➔ VERKÄUFER KONTROLLIERT WEITERHIN DIE VERKAUFSSTUFEN
- ➔ VOM ABC-KUNDEN ZUR MICRO-SEGMENTIERUNG.
- ➔ VERSUCH UND IRRTUM (TRIAL AND ERROR)
- ➔ DIGITALE KOMPETENZ - EXTERN EINHOLEN!



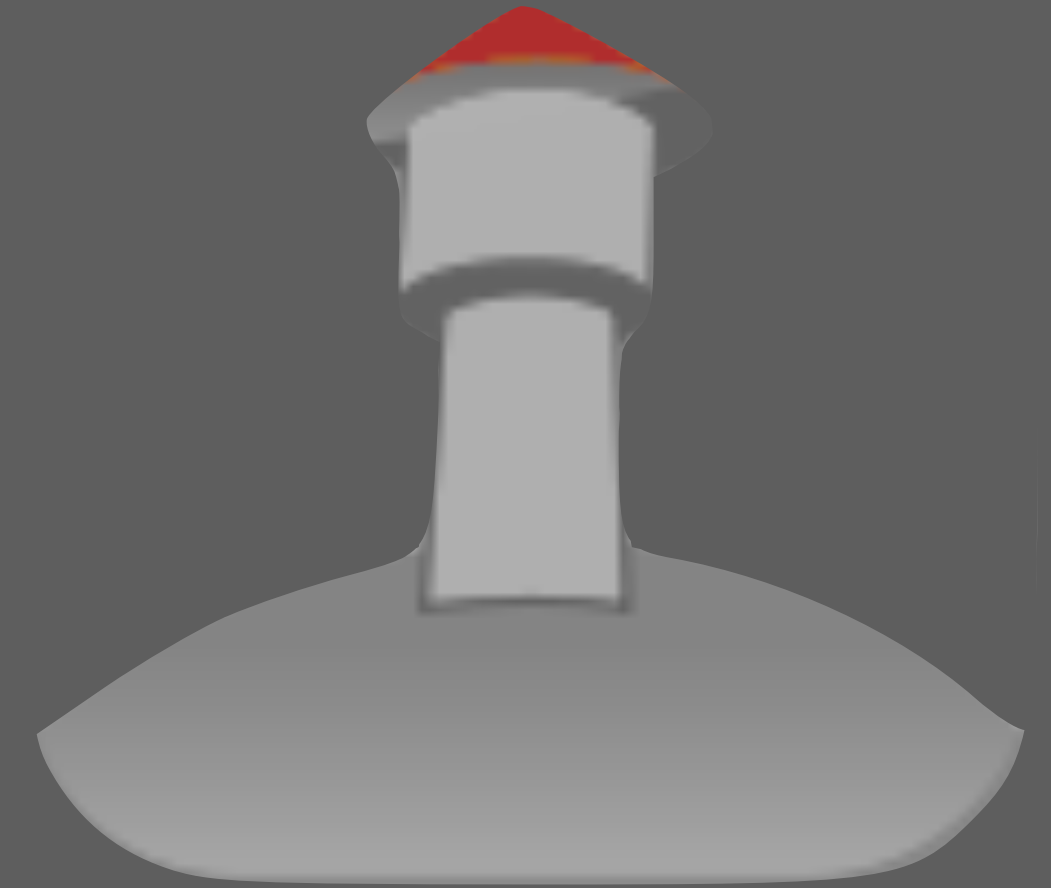


Man wünscht sich ja, in manchen Filmen des Lebens nicht dabei zu sein. Wenn man aber nun einmal drin ist, bleibt nur, klar das Zepter des Handelns in die Hand zu nehmen.

(Klaus Kleinfeld)



naos



---

**CARGO CULT!**



„Lieber real digital,  
 anstatt ganz  
 (schlecht) digital“



HEUTE IST BEREITS MORGEN

---

**DIE GUTE ALTE ZEIT**