

EXPORT Stefan Ruf, CEO Euler Hermes, erklärt die Risiken **DIGITAL** Die Potenziale der Cloud-Migration **CONTINEST** Ein faltbarer Container für jeden Einsatz **BLOCKCHAIN** Spekulationsobjekt oder mehr?

Nr. 5 | Mai 2018 | 24. Jahrgang | Fr. 8.- | www.unternehmerzeitung.ch













App für produktivere Verkaufsgespräche

VERTRIEB Die stürmsfs ag setzt seit drei Jahren eine digitale, offline-fähige Vertriebsapplikation auf Ultrabooks ein. Mit dieser gestalten ein Dutzend Aussendienstmitarbeitende ihre Kundengespräche effizienter und involvierender und zeigen Kunden das gesamte Leistungsspektrum verständlich auf.

VON MICHAEL THÜLER UND AXEL THOMA

it Hauptsitz in Goldach SG und Standorten in der Schweiz. Österreich und der Slowakei bietet die stürmsfs ag umfassende Versorgungslösungen und Dienstleistungen in den Werkstoffen Stahl und Metall. 260 Mitarbeitende wickeln pro Jahr rund hunderttausend Tonnen Absatzvolumen ab. Die eigene Verkaufsorganisation sieht sich zwei Besonderheiten gegenüber. Einerseits ist die Kundenstruktur heterogen. So erwarten lokale Metallschlossereien, bei denen meist der Eigentümer selbst verhandelt, ebenso auf sie zugeschnittene Unterstützung, wie auch multinationale Systemkunden mit strategischem Einkauf. Anderseits erweitert stürmsfs das eigene Leistungsangebot kontinuierlich. Dieses umfasst heute auf den Kunden abgestimmte Versorgungslösungen. Das bedeutet: Material, Bearbeitung und Logistik, inklusive IT- und Prozessintegration. Aufgabe des Vertriebsteams ist es, dieses Leistungsspektrum in Kundengesprächen überzeugend aufzuzeigen und modular in Angebote umzusetzen.

TEIL DER DIGITALSTRATEGIE

Als KMU nimmt sich stürmsfs dem Thema Digitalisierung bereits seit Jahren wirkungsorientiert an. Auf ein ERP-System folgte ein elektronischer Shop, der Kunden die Flexibilität gibt, rund um die Uhr Bestellungen und Bearbeitungsaufträge aufzugeben. Für beratungsintensivere Aufgaben wie auch die Akquise von Neukunden stellte sich stürmsfs vor drei Jahren die Frage: Wie können digitale Hilfsmittel unseren Aussendienst unterstützen, um im direkten Gespräch Mehrwert zu erzeugen? Folgende Wirkungsziele wurden definiert: Erstens, die Gespräche produktiver zu gestalten – inklusive der Gesprächsvorbereitung. Zweitens, das gesamte Leistungs-

spektrum verständlich aufzuzeigen, um damit Cross-Selling-Opportunitäten aufzudecken. Und drittens, mit einem zeitgemässen Kommunikationsmittel bei den jüngeren Einkäufern Aufmerksamkeit und Sympathie zu erzeugen.

APP-AUFBAU UND FUNKTIONEN

Entsprechend diesen Rahmenbedingungen realisierte stürmsfs zusammen mit einem Sales-Enablement-Spezialisten eine Applikation für die bereits vorhandenen Windows-Ultrabooks. Diese nutzt eine lizenzierte Software-Plattform, was die Entwicklungszeit im Vergleich zu einer nativen App spürbar verkürzte und gleichzeitig den Vorteil hat, dass sie auf allen Betriebssystemen (Windows, Android, iOS) einsetzbar ist. Die Inhalte sind lokal auf den Endgeräten gespeichert und damit offline nutzbar.

Die Applikation enthält stets aktuellste Inhalte im Look-and-Feel von stürmsfs. Dazu zählen das Sortiment (Lieferprogramme als PDF), Bearbeitungen (Inline und Konfektion, mit Kurzfilmen dokumentiert), Prozessoptimierungen, der Onlineshop, Dienst-



DIGITALE VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG

Als digitale Vertriebsunterstützung – auf Englisch «digital sales enablement» – kommen Applikationen und Inhalte zum Einsatz, um in Kundengesprächen (1) die Produktivität zu steigern, (2) Kunden zu aktivieren und zu begeistern und damit (3) situativ Neugeschäft zu entwickeln. Konzipiert für mobile Geräte wie Tablets oder Notebooks, schaffen solche Applikationen neue Möglichkeiten der ergebnisorientierten Interaktion.

leistungen, Referenzen, Ansprechpartner und Informationen zum Unternehmen und den einzelnen Standorten. Die Inhalte sind über einen zentralen Canvas zugängig: Als 3D-Illustration zeigt dieser einprägsam, wie stürmsfs Kunden individuell unterstützt. Im Gespräch kann man so flexibel in einzelne Themengebiete eintauchen und wieder herauszoomen.

Diverse Funktionen der Applikation erleichtern die Arbeit. Beispielsweise lassen sich gezeigte Dokumente direkt per E-Mail versenden. Ein Archiv mit Filterfunktion ermöglicht den schnellen Zugriff auf unterschiedlichste Inhalte wie Dokumente und Filme. Der Canvas als Herzstück der Navigation lässt sich mit Eingabe des Kundennamens personalisieren. Das Vertriebsmanagement profitiert vom (anonymisierten) Tracking des Nutzungsverhaltens. So lassen sich zeitnah und objektiv Rückschlüsse über die Nutzung von Inhalten ziehen und damit Anpassungen vornehmen.

NUTZEN FÜR KUNDEN UND STÜRMSFS

Aus Kundensicht fördert die Applikation interaktivere und ergebnisorientiertere Gespräche. Der Canvas lädt Kunden ein, Themen von Interesse anzusprechen und damit den Gesprächsverlauf von Beginn an mitzugestalten. Der kaskadenartige Aufbau der Inhalte ermöglicht es anschliessend, situativ Ideen vorzustellen und Fragen zu beantworten. So entsteht insgesamt mehr Dialog statt einer vordefinierten Verkaufspräsentation.

Inwiefern sind die von stürmsfs definierten Wirkungsziele - Produktivitätssteigerung und verständlichere Leistungsschau - erreicht worden? Bisher nahm das tägliche Zusammenstellen von Unterlagen für die terminierten Kundenbesuche einiges an Zeit in Anspruch, und es war für das Vertriebsmanagement kaum feststellbar, ob konsequent die aktuellsten Dokumente zum Einsatz gelangten. Die Applikation hilft nun, Zeit zu sparen und sie gibt den Aussendienstmitarbeitenden wie auch dem Vertriebsmanagement mehr Sicherheit. Der illustrierte Canvas zeigt auf, wie Kunden von stürmsfs unterstützt werden und regt an, Themen auch ausserhalb der Kernkompetenz eines Aussendienstmitarbeitenden zu vertiefen. Ein nicht geplanter, aber weiterer positiver Effekt: Neue Mitarbeitende können mit Hilfe der Applikation schneller eingeführt werden, respektive sich selbst an einem Ort mit den zentralen Inhalten vertraut machen.

GESAMTBEURTEILUNG

Rückblickend auf die vergangenen drei Jahre hat sich die digitale Vertriebsunterstützung für persönliche Kundengespräche bewährt

und eingespielt. Neue Inhalte werden regelmässig ergänzt und lassen sich einfach und zeitnah integrieren. Die Aussendienstmitarbeitenden haben ein gutes Gespür entwickelt, bei welchen Kunden und Situationen die Applikation besonders gut wirkt. So wird sie bevorzugt bei Neukunden eingesetzt. Unterschätzt wurde zu Beginn die Notwendigkeit, den Einsatz der Applikation anwendungsbezogen zu schulen, um die Möglichkeiten einer situativen Gesprächsführung zu erfahren und das Einüben fixer Abläufe zu vermeiden. Schliesslich ist jede Applikation nur so gut, wie der, der sie bedient. Deshalb finden regelmässige Erfahrungsaustausche des Verkaufsteams statt.

DIE AUTOREN



Michael Thüler, CEO stürmsfs ag.



Dr. Axel Thoma, Lehrbeauftragter der Universität St.Gallen und Leiter Strategie der E,T&H Werbeagentur AG LSA.

Anzeige

