

Sales-Apps

Sales-Apps – Kunden erfolgreicher aktivieren und individuell beraten mithilfe digitaler Vertriebslösungen

Digitale Vertriebslösungen fördern nicht nur konsistentes Storytelling, sondern helfen auch dem Aussendienst, Geschäftskunden gezielter zu aktivieren und individuelle Lösungen zu entwickeln. Wie Raiffeisen und die Rhätische Bahn diese Möglichkeiten nutzen, erklärt dieser Beitrag.

Text: **Axel Thoma*** Bilder: **zVg**



Kurzfilm

Dieser Kurzfilm erklärt Digital Sales Enablement in zwei Minuten:
www.kurz.video/dse



Was im Consumer-Marketing bereits praktiziert wird – Storytelling und Kundenerlebnisse schaffen –, hält verstärkt Einzug in das Business-to-Business-Geschäft und die Vertriebsmannschaften. Von Verkäufern wird erwartet, dass sie Kunden mit Geschichten begeistern und sachliche Argumentarien in emotionale Kundenerlebnisse wandeln. Da-

hinter verbirgt sich eine fundamentale Herausforderung: Wie erzeugen Verkäufer auch künftig Mehrwert im direkten Gespräch mit Kunden, die dank des Internets bestens informiert sind und eine hohe Beschaffungskompetenz besitzen? Hier erhalten sie Unterstützung durch digitale Vertriebslösungen, das heisst durch Applikationen auf mobilen Endgeräten wie Tablets. Nicht indem diese multimediale Wow-Effekte erzeugen, sondern indem sie clevere Möglichkeiten bieten, durch Ideen zu inspirieren und

Potenziale gemeinsam zu validieren – und damit helfen, Entscheide effizienter und zielgerichteter herbeizuführen.

Aktivierendes Storytelling bei der Rhätischen Bahn

Das Vertriebsteam der Rhätischen Bahn besucht Tourenplaner, Reisevermittler und Endreiseanbieter in der ganzen Welt – an deren Verkaufsstellen wie auch an Messen. Ziel ist das Vermarkten der Kernangebote wie beispielsweise des Glacier Express. Bis vor einem

* Axel Thoma ist Lehrbeauftragter an der Universität St. Gallen und Leiter Strategie der E,T & H Werbeagentur AG (LSA).

Jahr wurden die Produkte durch Powerpoint, ein Verkaufshandbuch und eine von jedem Vertriebsmitarbeitenden selbst zusammengestellte Medien-Library vorgestellt. Nachteil: zum Teil starre und uneinheitliche Botschaften wie auch unvollständige Inhalte. Die auf iPads eingesetzte Vertriebsapplikation schafft hier mehr Flexibilität und Emotionalität: So lassen sich verschiedenste Inhalte je nach Interesse des Gesprächspartners modularartig erzählen, zum Beispiel «Bahnfahren als Erlebnis» als Vorspann für Kunden, die Bahnfahren

«Wie erzeugen Verkäufer auch im Internetzeitalter künftig Mehrwert im direkten Gespräch?»

in ihren Ländern bisher nur als notwendiges Verschieben von A nach B gekannt haben. Filme, Bewegtbilder und Bilder-Slider schaffen Emotionalität aus einem Guss. Ausgewählte Mood-Bilder lassen sich mit Blick auf den Gesprächspartner anpassen. Detaillierte Angebotsunterlagen sind aus der App abrufbar und können mittels einer Warenkorbfunktion am Gesprächsende per E-Mail versendet werden.

Individuelle Handlungsempfehlungen bei Raiffeisen

Das Finanzwesen wandelt sich ständig. So ist

eine Harmonisierung des Zahlungsverkehrs im Gange – ein für Tausende von Geschäftskunden wie auch Hunderte von Raiffeisen-Kundenberatern nicht alltägliches und vielschichtiges Thema, das sich über mehrere Jahre erstreckt und sich ändernden Regelungen unterliegt. Statt wie andere Finanzdienstleister seitenstarke Infobroschüren zu versenden, durch die sich Kunden zur Bestimmung ihres Handlungsbedarfs selbst durcharbeiten (wenn sie dies überhaupt je tun), setzt das Team Zahlungsverkehr von Raiffeisen auf eine App-basierte Serviceplattform. Diese enthält nicht nur die stets aktuellsten Informationen, sondern auch interaktive Tools, die die Gesprächsführung und -nachbereitung unterstützen. Dazu zählt beispielsweise eine Checkliste, mit der sich der spezifische Handlungsbedarf aufgrund des eigenen Zahlungsverkehrs-Set-ups (z. B. Art der verwendeten Einzahlungsscheine) bestimmen lässt. Oder eine Analyse, die Vorschläge liefert, wie im Zuge der Harmonisierung der eigene Zahlungsverkehr noch effizienter und wirtschaftlicher gestaltet werden kann.

Diese Resultate liegen augenblicklich im Gespräch vor und können dem Kunden als PDF per E-Mail zugestellt werden. Ein weiterer Vorteil: Kunden können diese Applikation selbst auf ihr Tablet oder ihren PC herunterladen und haben damit jederzeit Zugriff auf die aktuellsten Regelungen und unterstützende Raiffeisen-Leistungen.



Axel Thoma.

Chancen für Marketing und Verkauf

Digitale, mobile Vertriebslösungen eröffnen für Marketing und Verkauf neue Chancen. Dem Marketing helfen sie, Inhalte besser zu organisieren und zu verteilen, deren Einsatz zu messen und mit diesem Wissen Inhalte gezielt weiterzuentwickeln. Der Verkauf erhält die Möglichkeit, Inhalte situativ zu personalisieren, zu präsentieren und zeitnah zu teilen. Was braucht es dazu? Einerseits eine enge Abstimmung zwischen Marketing und Verkauf bereits bei der Konzeption einer solchen Applikation – eine Chance, Brücken zwischen den oft beschworenen Silos zu bauen. Andererseits braucht es Umsetzungspartner, die nicht nur Technologien beherrschen und Inhalte inszenieren, sondern auch vertieftes Vertriebs- und Prozesswissen mitbringen.