

Digital Sales: Business Transformation

von **Gastautor** • 2 September 2016

Topprofessioneller, zukunftsfähiger Verkauf – so das deutsche Pendant zum Titel. Was man darunter versteht und wie man sich im Sales für die digitale Zukunft wappnet, erläutert Gastautor Dietger Löffler.



Digital Sales Business Transformation



Wer kennt noch den guten alten Renault 4, praktisch, günstig und mit Handschaltung? Und man musste Karten lesen können, sonst erreichte man seine Kunden nie. Im Aussendienst war man analog unterwegs. Zumindest beim Auto und beim physischen Finden des Kunden hat sich die digitale Transformation schon längst durchgesetzt. Aber nicht nur dort. Die Automatisierung wird auch zur Umsatzsteigerung genutzt wo immer möglich, und jedes Management hat eine digitale Strategie – oder redet wenigstens darüber.

Ich freue mich über die Digitalisierung im Sales, dadurch bleibt nämlich viel mehr Zeit für das Wesentliche: das Verkaufsgespräch mit dem Kunden! Nur ist Veränderung leider oft anstrengend und verlangt gerade von uns Verkäufern, die eigentlich eher konservativ und schnellen Veränderungen eher abgeneigt sind, einiges ab. Warum sollten wir etwas ändern, wenn wir doch schon jahrelang tolle Umsätze mit Block und Stift machen, als Präsentation einen «Klapp-Otto» einsetzen und die Bestellung telefonisch oder per Fax durchgeben?

Zwei ganz einfache Gründe:

- Zum einen werden unsere Kunden jünger – weil wir älter werden. Die Digital Natives sind jetzt Kunden.
- Zum anderen können wir mit optimaler Technik, also automatisiert und digitalisiert, viel mehr Umsatz machen.

5 Ideen für mehr Umsatz im Sales und mehr Freizeit

Mit den folgenden 5 Punkten, die jeder oder jede im Verkauf für sich nutzen sollte, kann er oder sie mehr Umsatz machen und gleichzeitig mehr Freizeit haben.

1. Meine **Adressverwaltung und Akquisedatenbank automatisieren**. Im Digital Business ist es selbstverständlich, dass ich alle Informationen gespeichert habe, am besten in einer Cloud, und jederzeit mobil abrufen kann (auf Smartphone, Tablet und Laptop). So kann mich mein Büro immer unterstützen. Neue Kontakte werden von der Visitenkarte direkt eingelesen oder elektronisch übernommen.
2. Meine **Routenplanung** mache ich **mit einem modernen Planungstool**: Ich benenne die Kunden aus meiner Datenbank, die geschätzte Besprechungszeit, und schon steht meine optimale Route fest – ich will ja möglichst viel Zeit mit Verkäufen verbringen.
3. Selbstverständlich sagen mir meine **digitalen Helfer**, wer heute **Geburtstag oder Jahrestag** hat, was ich mitbringen könnte oder ob sonst ein Ereignis eine (umsatzsteigernde, weil sympathiefördernde) Handlung erfordert.
4. Ich wünsche mir für alle, die innerhalb einer Firma für den Verkauf tätig sind, ein einheitliches Vorgehen. Gleiches Vorgehen in der Akquise, einheitliches Erstgespräch mit dem Kunden, eine standardisierte Firmen- und Produktinformation und ein einheitliches Vorgehen beim Abschluss. Dank der Digitalisierung ist dies viel einfacher umzusetzen.
5. Weil ich bis zu diesem letzten Punkt viel Zeit für Organisatorisches gespart habe und mich voll auf den Kunden einlassen konnte, kommt es zu einem Abschluss. Da ich den Verkauf digital unterstützt abwickle, erhält mein Kunde die Auftragsbestätigung schon nach wenigen Minuten – wenn ich möchte, noch während ich bei ihm bin.

Digitale Transformation: Wäre das nicht wunderbar?

Ja, nur verlangt es von uns modernes Denken, den Mut, neue Werkzeuge auszuprobieren, und den Fleiss, die Dinge zu üben, bis wir den Umgang beherrschen. Es beginnt im Kleinen: Beherrschen Sie alle wichtigen Funktionen von Excel? Formatieren Sie Ihre Texte ordentlich, und pflegen Sie jeden Tag vor dem Zähneputzen Ihre neuen Daten ein? Wenn Sie das nicht tun, brauchen Sie in Zukunft auch nicht mehr zu tanken, denn Ihr Auto fährt ja von alleine. So bleiben Sie analog. Digitale Transformation geht nicht von alleine.

Ich freue mich über die Digitalisierung im Sales, dadurch bleibt nämlich viel mehr Zeit für das Wesentliche: das Verkaufsgespräch mit dem Kunden!"

Der professionelle Umgang mit neuen Medien hilft einerseits den Kunden, er schafft Vertrauen, und andererseits gibt er mehr Freiheit für das Wesentliche: das Kundengespräch. Stellen Sie sich vor, Sie erhalten im Reisebüro oder beim Arzt ein Tablet, mit dem Sie während des Wartens bereits zielführende Fragen beantworten. Diese werden dann an den Kundenberater oder Arzt übermittelt, und der Einstieg in die Beratung kann direkt starten – wäre das nicht prima?

Und was den R4 betrifft: Oldtimer fährt man in der Regel, wenn man es sich finanziell und in Bezug auf das Image leisten kann, nicht aber weil man kein anderes Auto besitzt. Machen Sie Ihre digitale Transformation und nutzen Sie die Chancen des Digital Sales Business – es lohnt sich!



Zur Person

Dietger Löffler setzt sich als Mitglied des Zentralvorstands des Berufsverbandes Swiss Marketing und als Interimsmanager der Al'fyia Beratung AG täglich mit der Kunst des Verkaufs und dem Ziel, gute Margen zu erreichen, auseinander. Mit über 20 Jahren Vertriebs- und Führungserfahrung für Industrie- und Dienstleistungsunternehmen kennt Dietger Löffler nicht nur die Kundenseite, sondern er weiss auch, wie man erfolgreiche Verkaufsgespräche führt, neue Kunden akquiriert und bestehende Kunden bindet.

