



Verkaufsförderungspreis 2007:

„Selling by technology“ – Komplizierte Dinge einfach verkaufen

Die Marketingstrategien der Unternehmen haben sich in den letzten Jahren durch neue Technologien und Medien im Rahmen der Globalisierung der Märkte verändert. Deshalb hatte auch der Berufsverband der Verkaufsförderer und Trainer BDVT bei der 17. Ausschreibung zum Deutschen Verkaufsförderungspreis die Kategorie „Neue Medien“ ausgeschrieben. Es ging dabei um ein erfolgreiches Marketingkonzept, das durch die Zusammenarbeit von auftraggebendem Industrieunternehmen mit einem IT-Unternehmen realisiert wurde.

Von Dr. Heinz Joachim Bless

Die erste Auszeichnung in der Kategorie New Media fiel in diesem Jahr an die Weidmüller Interface GmbH & Co. KG in Detmold und als IT-Unternehmen an die conLeos GmbH in Braunschweig. Hier wurde eine intelligente Vermarktungslösung prämiert, die sowohl einen großen Nutzen für den Hersteller als auch einen Mehrwert für den Kunden generiert.

Besondere Freude herrschte bei dem IT-Team der conLeos GmbH, das mit seinen erfolgreichen Konfigurator-Lösungen den begehrten Preis zum dritten Mal gewinnen konnte! Die Erfahrungen dieses Teams brachten dem Auftraggeber mit der „Weidmüller Galaxy“ ein hervorragendes elektronisches Vertriebswerkzeug. Seit seiner Einführung Anfang 2006 konnte der Absatz von Weidmüller damit im Marktsegment der schweren Steckverbinder deutlich und nachhaltig gesteigert werden!

Herausforderung und Aufgaben

Die Markteinführung der neuen Produktreihe der schweren Steckverbinder HDC RockStar® sollte mit einem elektronischen Vertriebswerkzeug unterstützt werden und eine Stärkung der Vertriebsmitarbeiter bringen. Dazu trugen folgende Features bei:

- ein kompletter Produktkatalog
- Produktpräsentation mit Verkaufsargumenten
- Produktkonfigurator mit kompletter Abbildung des Produktbeziehungswissens
- Wettbewerbs-Verkaufsargumente und Sortimentsvergleich mit dem Wettbewerb
- Cross-Referenz: Einfaches Finden von passenden Weidmüller-Produkten nach Produkten des Wettbewerbs
- Generierung von Bestellanfragen

Die Stärkung der Beratungskompetenz der Verkäufer wurde erreicht durch

- eine umfassende Versorgung der Verkäufer mit aktuellen und strukturierten Informationen

Fortsetzung auf Seite 6

INHALT

● TOP-THEMA

Verkaufsförderungspreis 2007:

„Selling by technology“ –
Komplizierte Dinge
einfach verkaufen

Seiten 1, 6

● AKTUELL

CDH:

Kleinstunternehmer sind
Selbstständige

Seite 2

● AKTUELL

Vermarktungsmodell der
Pharmaindustrie
gerät unter Druck

Seite 3

● BESTE PRACTICE

Erfolgreiche Trainings-Konzepte
für den Vertrieb: ITO services GmbH & Co. KG

Wella AG setzt auf
Kaltakquisition

Seiten 4, 5

● BESTE PRACTICE

... hätte ich das
sagen dürfen?

Seiten 7, 8

● PRAXIS

Wenn die Firma zur
Familie wird

Seiten 9, 10

● LÖSUNGEN

Verkäufer und ihr Image

Seiten 11, 12

● LÖSUNGEN

Wie gehe ich mit unsym-
pathischen Kunden oder
Kollegen um?

Seiten 12, 13

● LETZTE SEITE

Business Intelligence mit
Licht und Schatten im Vertrieb

Seite 14

Fortsetzung von Seite 1

- einen immer aktuellen Produktstand durch automatische Aktualisierung über das Internet automatische News-Verteilung an alle Verkäufer
- einfache Datenpflege an zentraler Stelle, die Mehrsprachigkeit (5 Sprachen) für den internationalen Einsatz
- Auslegung auf langfristige Nutzung
- Einsatz auf internationaler Basis in 50 Ländern innerhalb von 5 Monaten

Schnell erkannte der Außendienst, dass durch den Einsatz der „Weidmüller Galaxy“ die Vorbereitung von Kundenbesuchen besser strukturiert und organisiert werden konnte. Aber auch das Verkaufsgespräch beim Kunden gestaltet sich nicht nur effizienter, sondern auch wesentlich erfolgreicher, weil eine direkte Präsentation der Produkte beim Kunden erfolgen kann. Die visuelle Argumentation hilft auch, komplizierte Vorgänge überzeugend zu verdeutlichen. Wenn der Kunde im Zuge der Verhandlungen unter Einsatz des Programms am Bildschirm die Entstehung seiner gewünschten Lösung direkt miterlebt, führt das zu einer hohen Identifikation mit der konfigurierten Baugruppe und verhilft so automatisch auch der Firma zu vermehrten Abschlüssen.

Die wesentlichen Erfolgsfaktoren für Produktmanagement, Verkäufer und Anwender sind

- einfache Bedienung, auch für IT-Laien
- Kostensenkung durch permanente Aktualität, Erweiterbarkeit und Skalierbarkeit
- Verringerung der Fehlerrate
- Stärkung der Beraterkompetenz und erhöhte Persönlichkeitswirkung des Verkäufers
- Absenden einer Bestellanfrage
- variable Nutzung: Lokal/Intranet/Internet
- automatisches Erstellen von Power-Point-Präsentationen aus zentralem Datenpool zur Entscheidervorlage
- automatische Aktualisierung via Internet
- modulares Konzept – daher leichte Erweiterbarkeit

Die Idee, die Umsetzung und der Erfolg haben dazu geführt, dass inzwischen Schritt für Schritt weitere Bereiche des Weidmüller Produktportfolios in das Tool integriert wurden. So hat sich die Galaxy innerhalb kürzester Zeit zu einem firmeninternen Quasi-Standard bei der elektronisch gestützten Produkt- und Verkaufsberatung entwickelt.

Es hat sich also der Leitsatz „selling by technology“ erfolgreich bewährt, den sich conLeos als einer der führenden

Hersteller von Produktkonfigurationen im europäischen Markt als Slogan gewählt hat. Die Gewinner eines Verkaufsförderungspreises 1996 und 2001 haben konsequent und kontinuierlich die Weiterentwicklung der IT-Systemlandschaft verfolgt und kombinieren bewährte Basistechnologie und kundenspezifische IT-Tools zu richtungsweisenden Anwendungen. So ist das Ergebnis virtuelle Maßarbeit auch bei hochkomplexen Umgebungen und Fragestellungen.

Man kann davon ausgehen, dass derartige IT-Lösungen bei konfigurierbaren Produkten ständig zunehmen und bald zum Standard in verschiedenen Branchen werden. Allerdings darf bei aller Euphorie und Zufriedenheit über die technologischen Lösungen nicht vergessen werden, dass die Menschen, die damit umgehen müssen, auch entsprechend eingehend geschult werden. Berater und Verkäufer dürfen nicht alleingelassen werden, denn sie werden schnell erkennen, dass beim Einsatz eines Notebooks oder Laptops im Verkaufsgespräch eine völlig neue Verhaltensweise erforderlich ist. Der etwas bildhafte Vergleich mag erlaubt sein, dass man für solche komplexen Lösungen auch erst einen „Führerschein“ machen sollte, zu dem ein erfahrener Trainer beiträgt, bevor man die überzeugenden und erfolgreichen Beratungs- und Verkaufsgespräche führen kann.

Return on Investment

Wer die Einführung einer elektronischen Verkäuferunterstützung und -förderung erwägt, möchte natürlich auch einen Anhaltspunkt über den ROI bekommen. Anwenderangaben bestätigen hier eine Amortisierung der Investition innerhalb von 12 bis 24 Monaten, je nach Umsatzsteigerung. Die dauerhafte Stärkung der Marktpositionierung ist in ihrem Wert dabei noch hinzuzurechnen.

Zum Autor:**Dr. Heinz Joachim Bless**

ist Verkaufstrainer in Düsseldorf. Er besitzt ein breites Spektrum an Erfahrung von Verkäufer-Weiterbildung in verschiedenen Branchen bei namhaften Unternehmen der Konsum- und Investitionsgüter-Industrie. Die Entwicklung IT-gestützter Systeme hat er seit 1996 durch Training der neuartigen Verkaufsgespräche der Berater- und Verkäufermannschaften begleitet und erhielt 1996 den Deutschen Verkaufsförderungspreis des BDVT in Bronze.

www.bless.de

**NEWS****HUBERT BURDA MEDIA:****Grenzenloses Lernen für einen grenzenlosen Markt**

Hubert Burda Media und der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvh) werden im kommenden Jahr gemeinsam den ersten European eCommerce Summit ausrichten. Die exklusive Fachkonferenz wird vom 25. bis 27. Juni 2008 stattfinden und eine starke internationale Ausrichtung haben. Sie soll alle im Internet erfolgreichen Geschäftsmodelle zusammenführen. Dadurch wollen die beiden Partner der

Bedeutung des Schlüsselsektors E-Commerce in Deutschland und Europa angemessen Rechnung tragen. Der Kongress richtet sich an Top-Level-Unternehmer, deren Erfolg maßgeblich mit Innovationen im Bereich E-Commerce zusammenhängt. Mit hochkarätig besetzten Workshops und Vorträgen sollen sie hier neue Ideen für das eigene Onlinegeschäft sammeln können. Grenzüberschreitendes Netzwerken ist der zweite wichtige Aspekt der exklusiven Fachtagung. www.versandhandel.org