



Digital Selling für kompetenzbasierte Dienstleister

Gerald Petz

Mai 2018

Agenda

- Warm Up
- Digital Selling
- Weg zum Digital Selling
- Fazit

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital
Selling

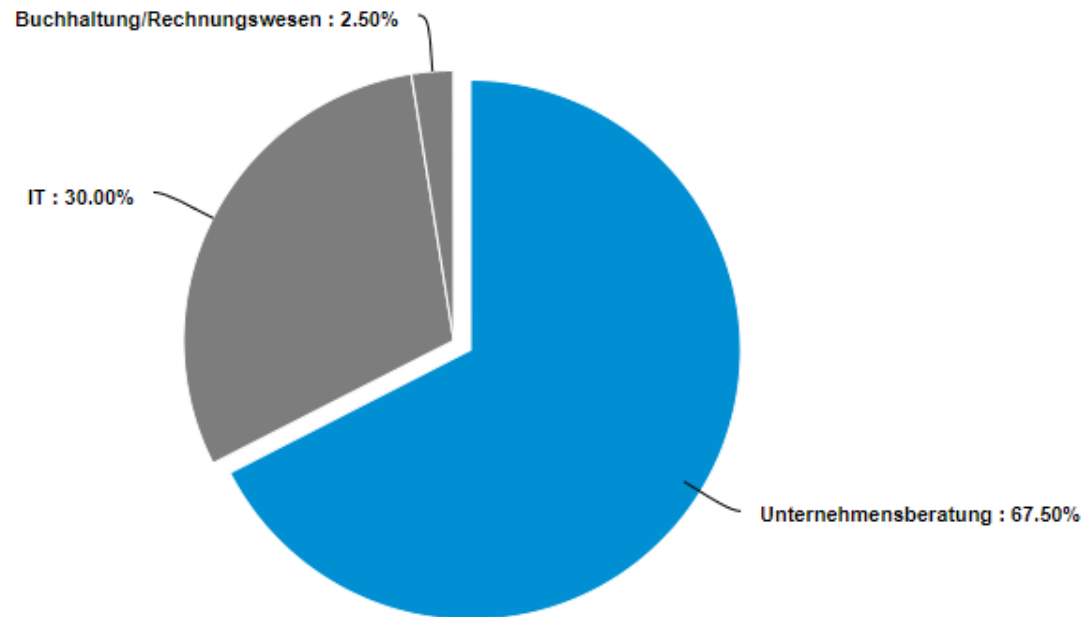
Fazit



Warm Up - Stimmungsbild

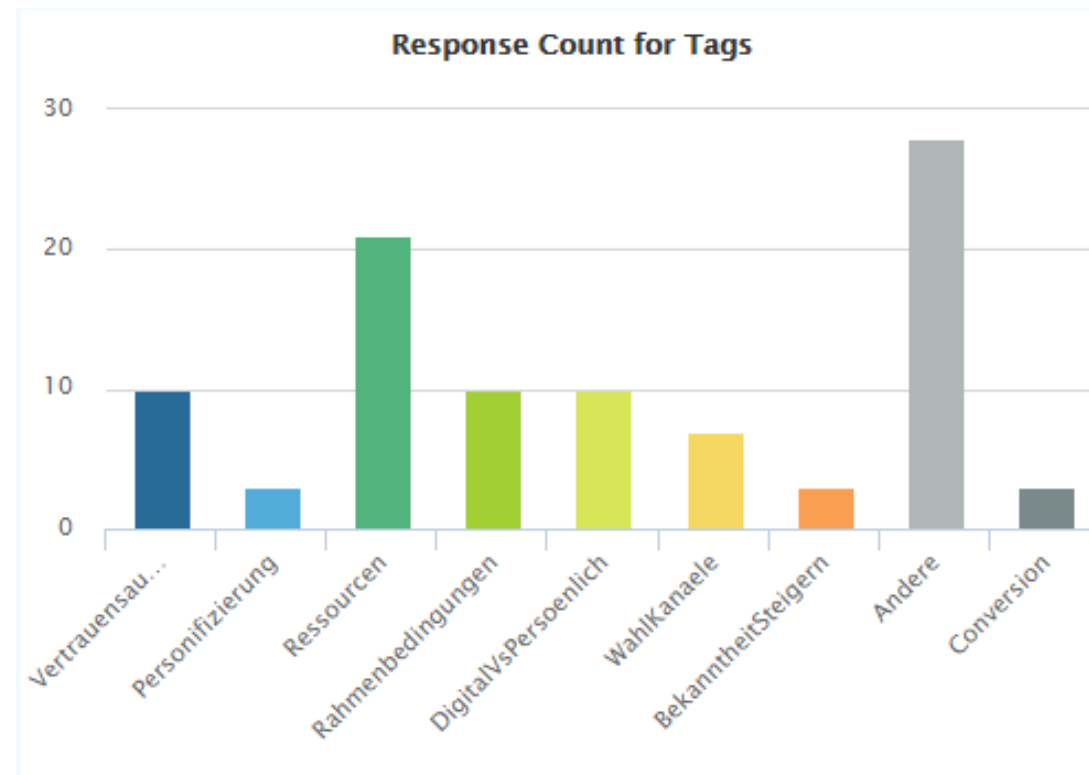
- Online-Befragung der Teilnehmer des Workshops
- Befragungszeitraum: 23.5.2018

<p>GESTARTET</p>  52	<p>ABGESCHLOSSEN</p>  42	<p>ABSCHLUSSQUOTE</p>  80.77%
---	---	--



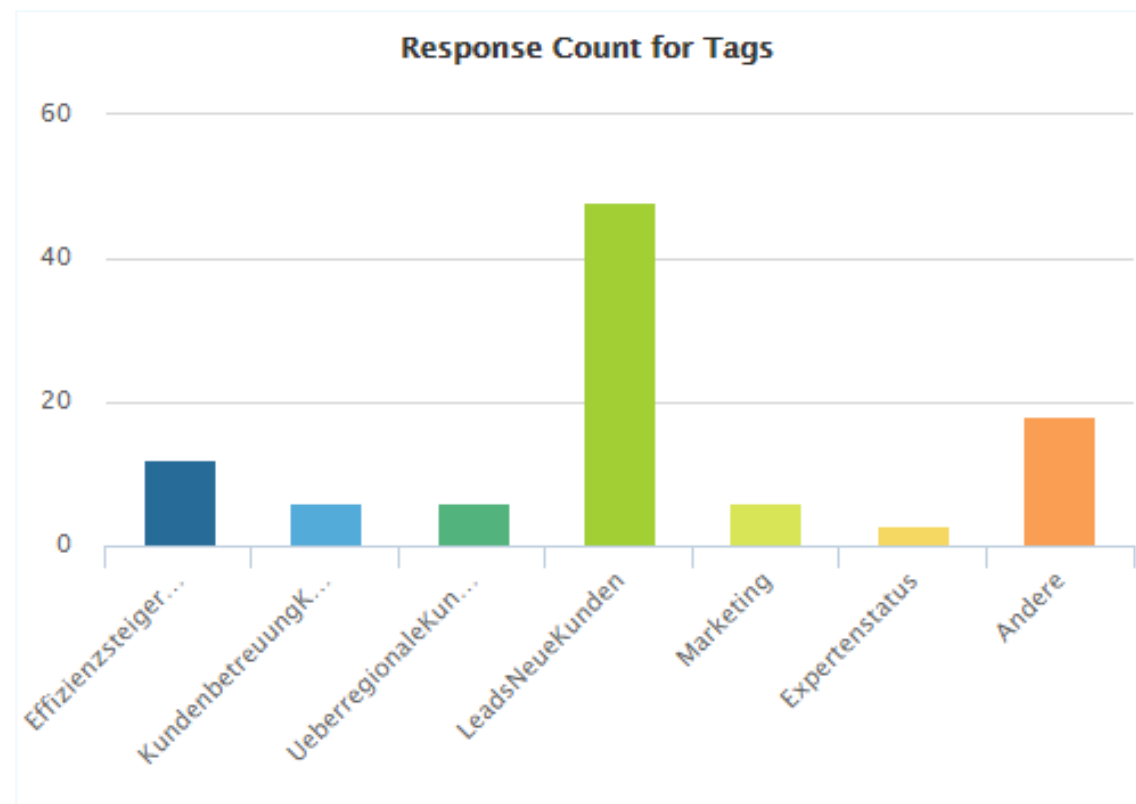
Warm Up - Stimmungsbild

- Welche Herausforderungen sehen Sie in Bezug auf die Digitalisierung im Vertrieb in IHREM Unternehmen?



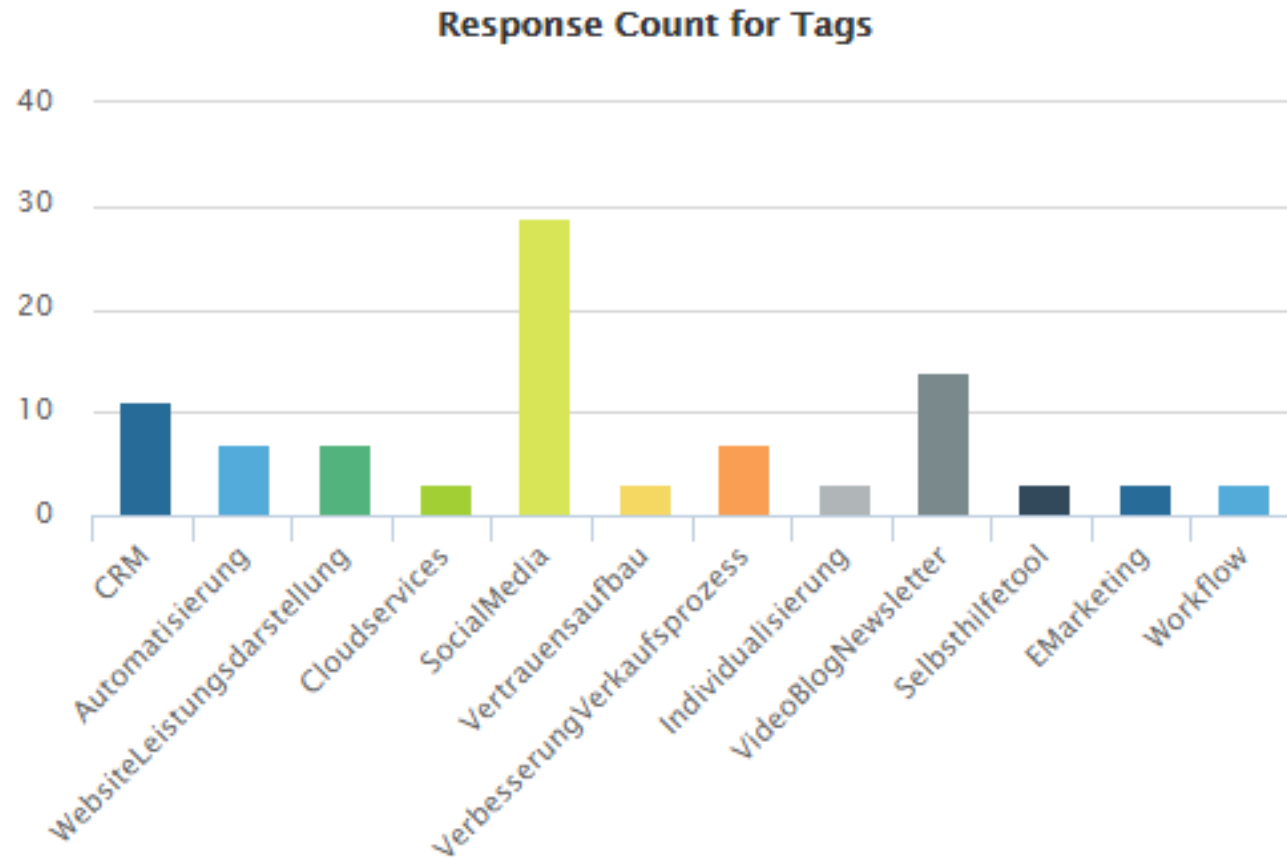
Warm Up - Stimmungsbild

- Welche Chancen sehen Sie in Bezug auf die Digitalisierung im Vertrieb in IHREM Unternehmen?



Warm Up - Stimmungsbild

■ Welche Ansätze sehen Sie für IHR Unternehmen?



Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Agenda

- Warm Up
- Digital Selling
- Tools
- Fazit

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital
Selling

Fazit



Was ist Digital Selling / Digital Sales?

■ Digital Selling / Digital Sales

- ◆ Keine einheitlichen bzw. wissenschaftlichen Definitionen

■ Digitalisierung im Vertrieb

- ◆ Alle Instrumente zur Unterstützung der Vertriebsorganisation/-mitarbeiter
- ◆ entlang des Prozesses von der Kundenfindung über die Gewinnung von Kunden, die Kaufanbahnung, den Kaufabschluss, die Kundenbetreuung bis zum Service und zum Nachverkauf

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Was ist Digital Selling / Digital Sales?

- Mehrheitliche Auffassung
 - ◆ Nutzung von digitalen Technologien im Vertrieb
 - ◆ Social Selling ist Teil
 - Beziehungen online und/oder offline im Sales Prozess herstellen
- Mehr als „nur“ den Vertriebsprozess zu digitalisieren
 - ◆ Organisatorische Veränderungen im Unternehmen, um digitalen Vertriebsprozess zu ermöglichen
 - Verzahnung Marketing-Abteilung und Vertrieb
 - Skills der Mitarbeiter
 - Kennzahlen

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



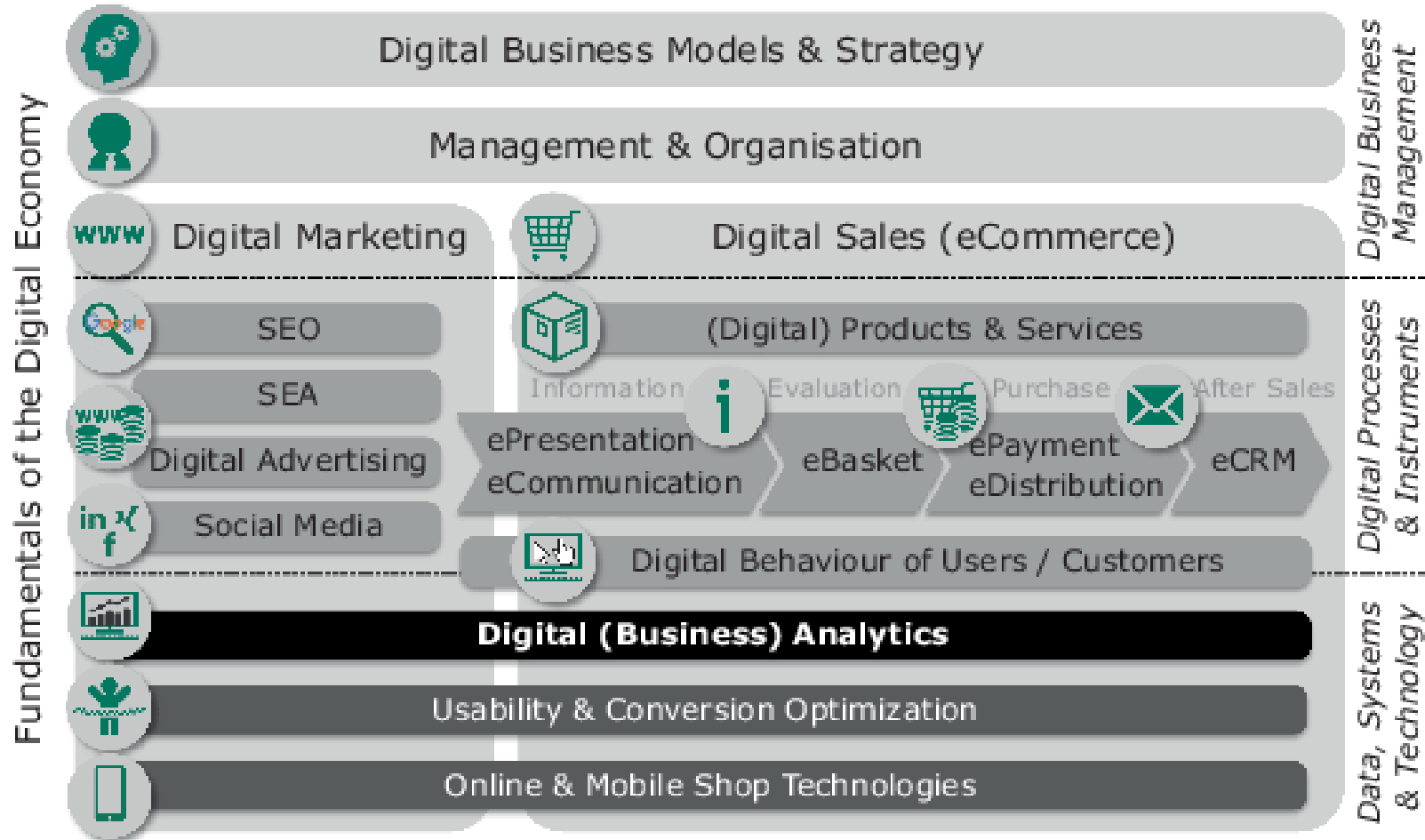
Unternehmerischer Kontext, Unterschied

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Was ist Digital Selling / Digital Sales?

- Ziel, Erwartung der Digitalisierung im Vertrieb
 - ◆ Umsatzsteigerung durch
 - Mehr Leads
 - Höhere Konversion von Leads zu Sales
 - Steigerung des durchschnittlichen Abschlussvolumens
 - ◆ Reduktion der Kosten durch
 - Kürze Zeit zum Finden der richtigen Kontakte
 - Weniger Zeit für nicht-productive Tätigkeiten
 - Schnellere Integration von Verkaufsteams

Warmup

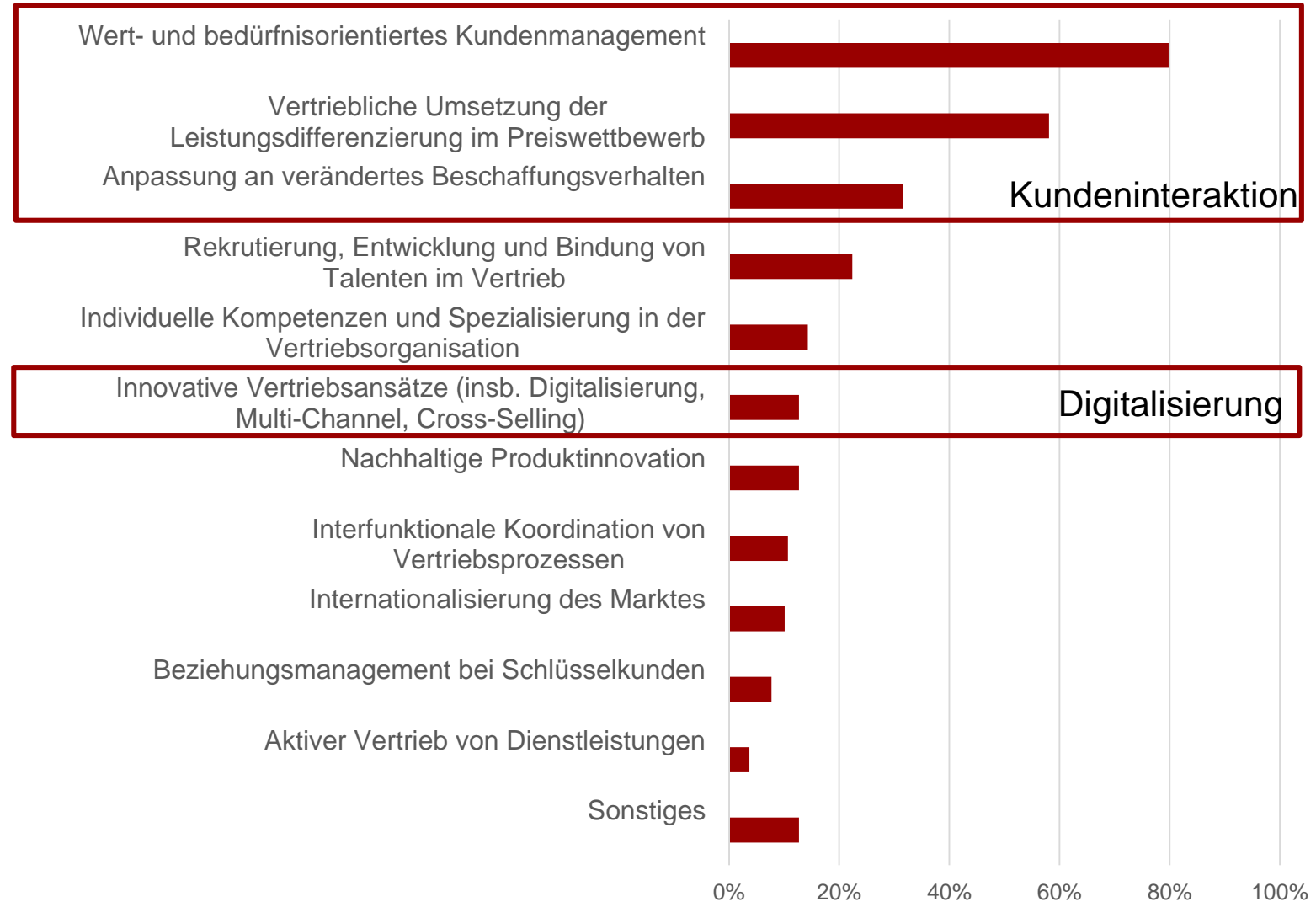
Digital Selling

Weg zum Digital
Selling

Fazit



Herausforderungen im Vertriebsbereich



Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



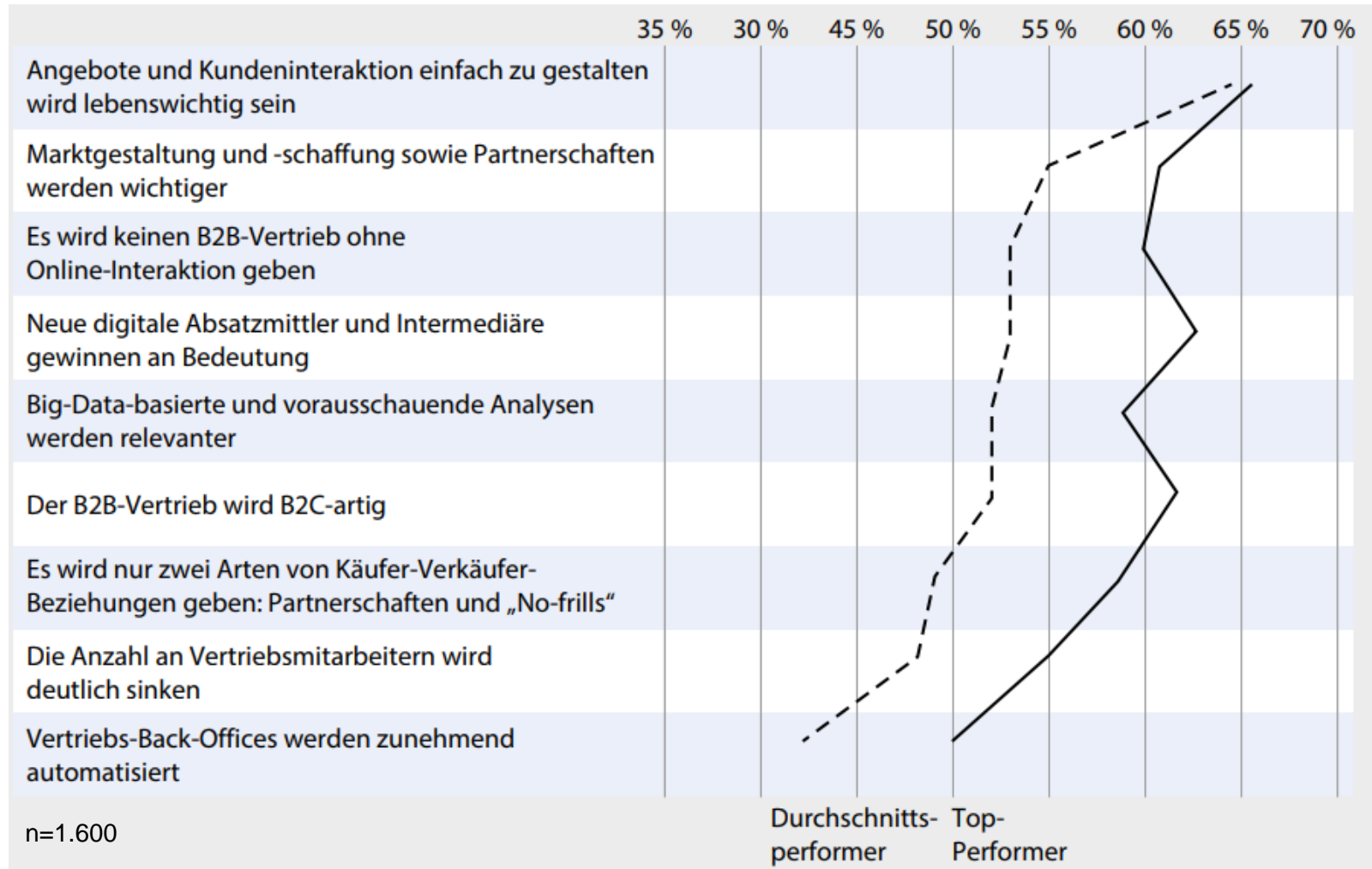
Vertrieb im Jahr 2024?

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Wie wichtig ist Digitalisierung? (1)

- 60% der Vertriebsverantwortlichen glauben, dass die Digitalisierung der Sales-Organisation ausschlaggebend für Erfolg ihres Geschäfts sein wird.
- 57% des Einkaufsprozesses im B2B-Geschäft sind bereits gelaufen, wenn die Entscheider erstmals einen Vertriebsmitarbeiter kontaktieren
- 77% der B2B Einkäufer gaben an, keinen Kontakt zu Verkäufern zu haben, bis sie eine unabhängige Recherche durchgeführt haben
- 75% der B2B Einkäufer gaben an, Social Media zur Entscheidungsunterstützung zu verwenden

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit

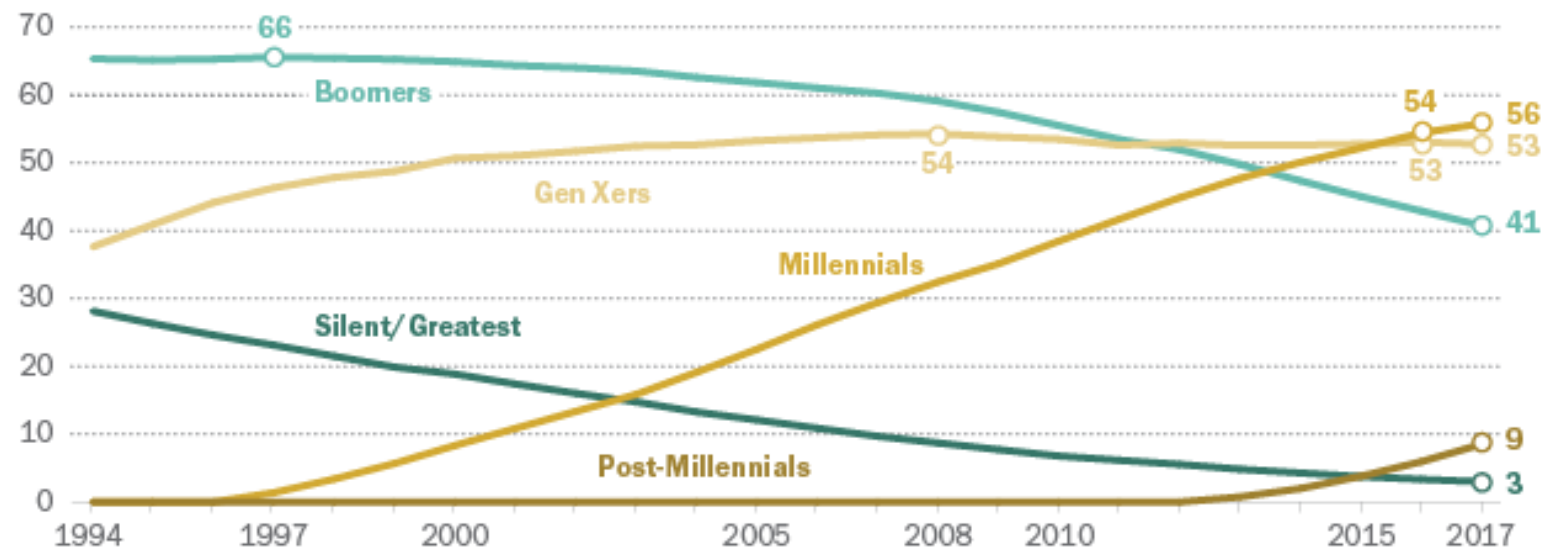


Wie wichtig ist Digitalisierung? (2)

■ Jüngere Generation bekommt mehr Einfluss

Millennials became the largest generation in the labor force in 2016

U.S. labor force, in millions



Warmup

Digital Selling

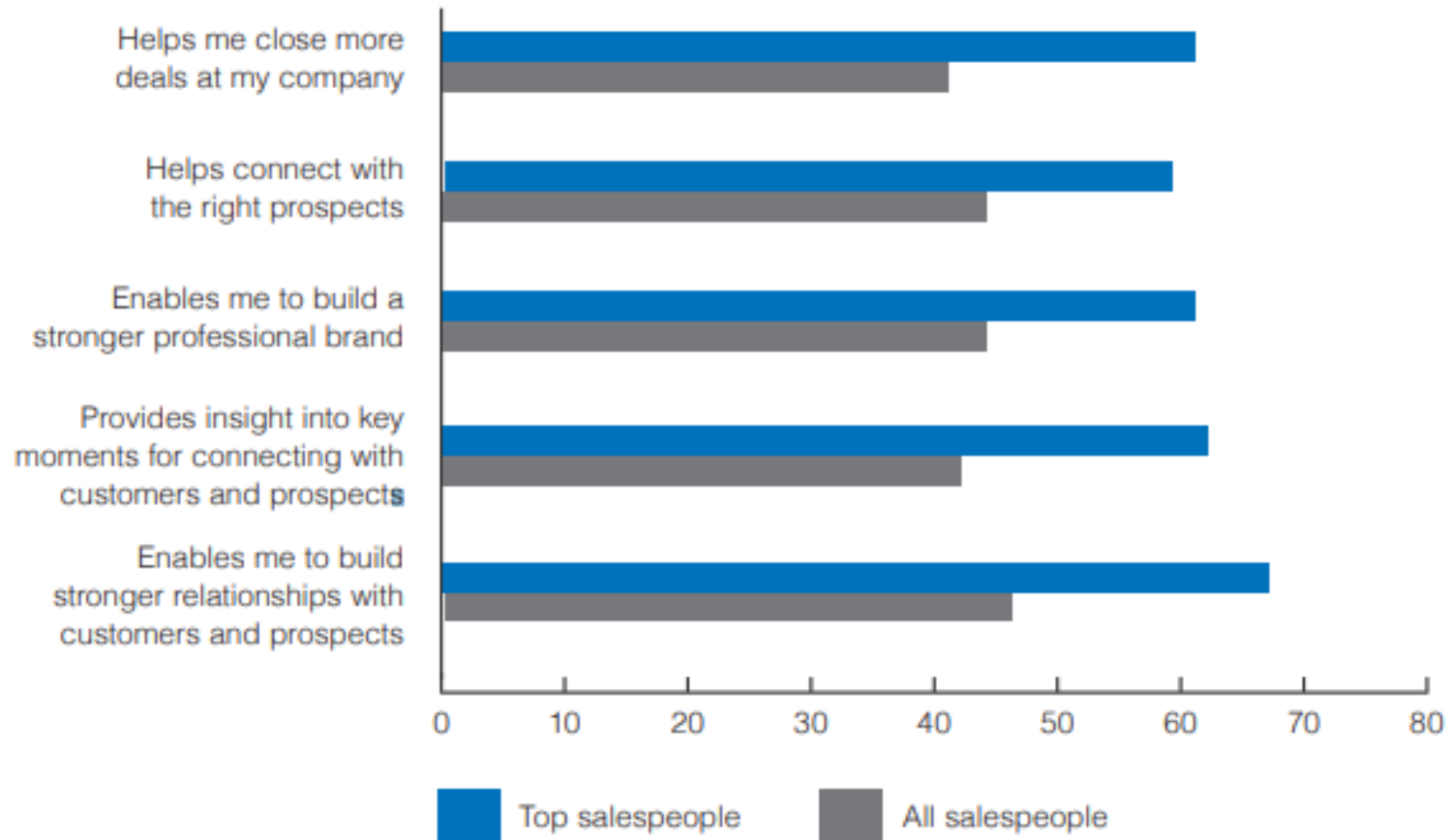
Weg zum Digital Selling

Fazit



Verwendung von Social Tools

'Strongly agree' with the benefits of using social technologies



Warmup

Digital Selling

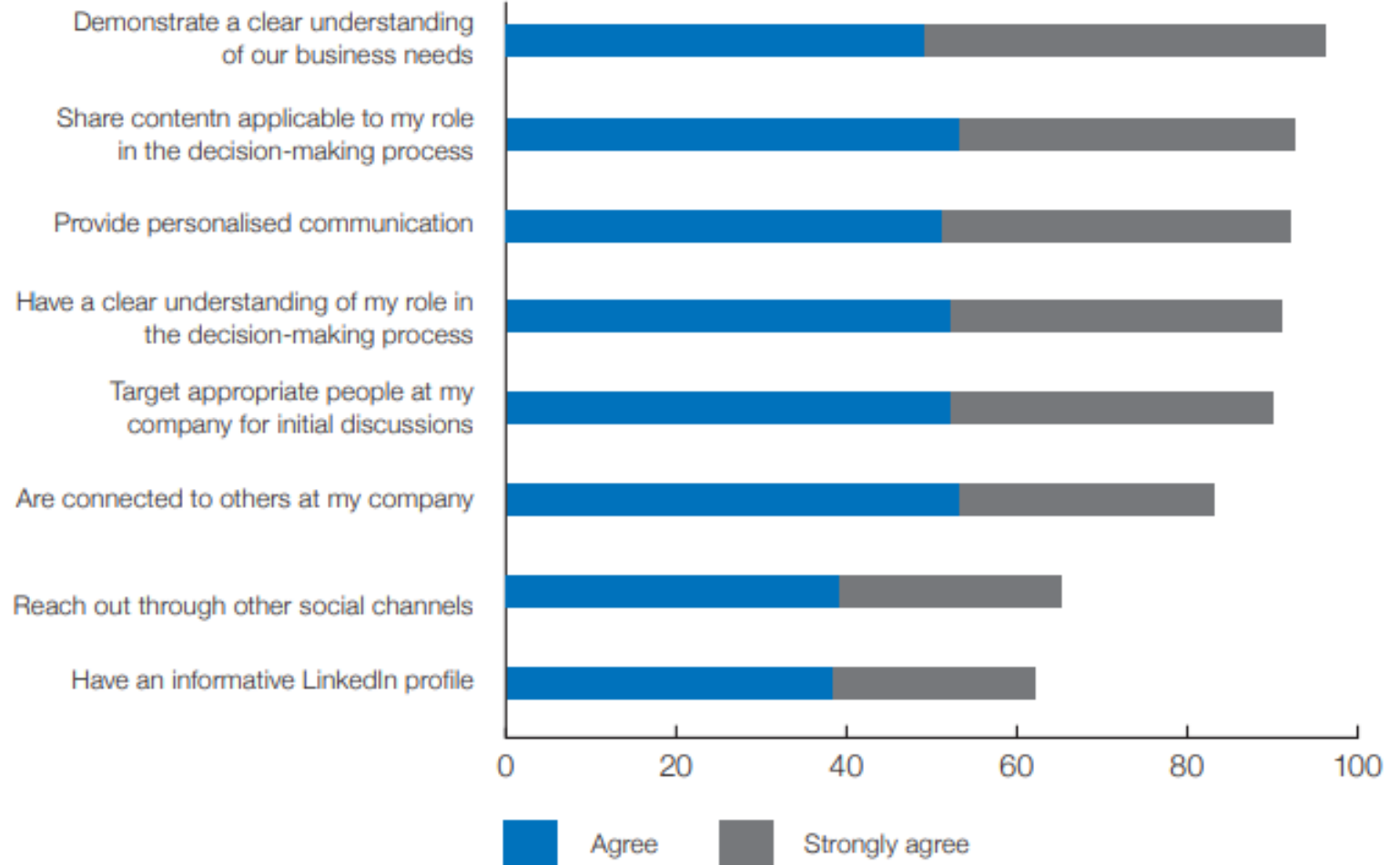
Weg zum Digital Selling

Fazit



Sichtweise der Käufer

I am more likely to consider a brand's products services if their sales rep(s)...



Warmup

Digital Selling

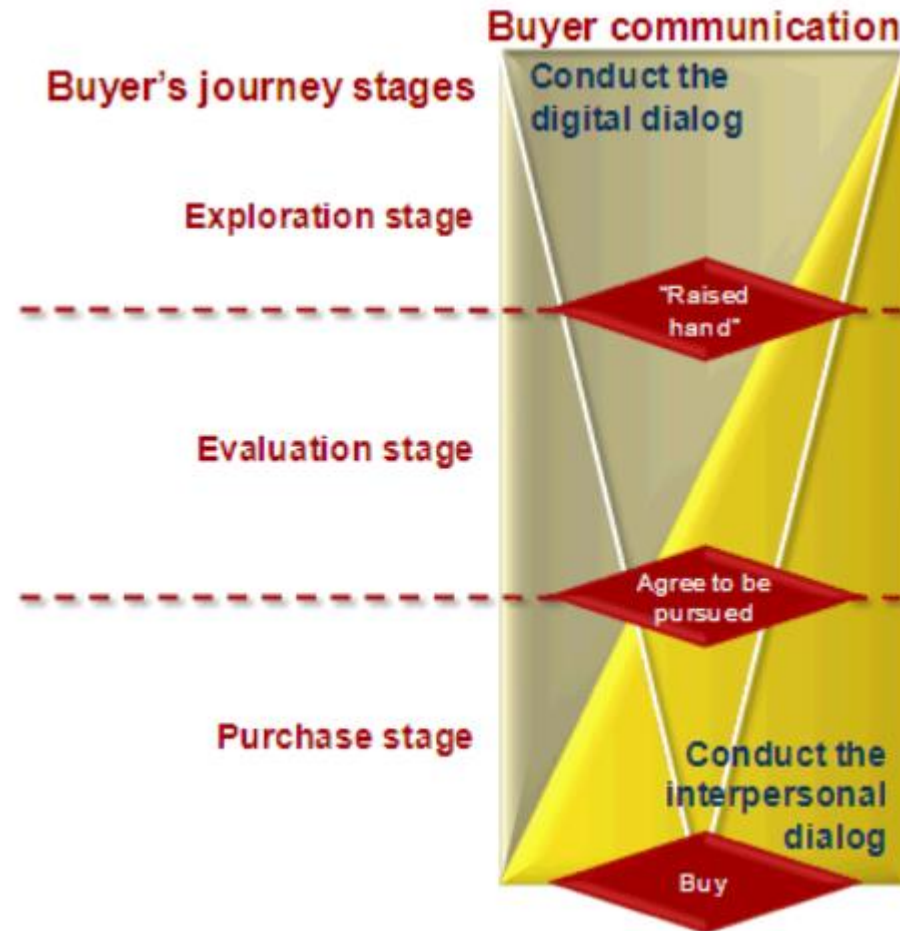
Weg zum Digital Selling

Fazit



Kommunikation mit dem Käufer

■ Ansprache: Digital vs. persönlich?



Warmup

Digital Selling

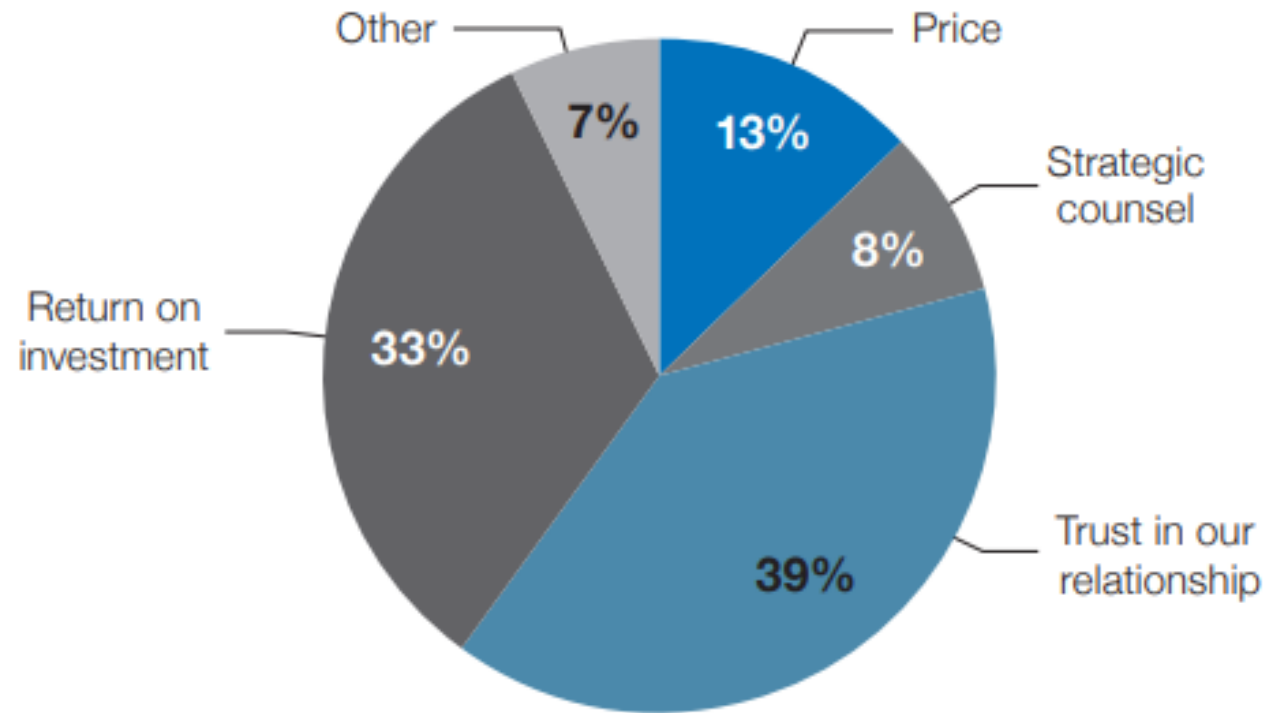
Weg zum Digital Selling

Fazit



Vertrauen (1)

What factor is most important in helping you close a deal?



Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Vertrauen (2)

- Unterscheidung von Gütern nach Theorie der Informationsökonomik
 - ◆ Suchgüter
 - ▶ vor dem Kauf überprüfbar
 - ◆ Erfahrungsgüter
 - ▶ Qualität des Gutes lässt sich erst nach Vertragsschluss feststellen
 - ◆ Vertrauensgüter
 - ▶ Qualität ist abhängig von mehreren Faktoren; z. B. ärztliche Versorgung, Anlageberatung

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital
Selling

Fazit



Interessantes Detail am Rande ...

amazon Auto Service & Repair Deals in Back to School

Departments Browsing History Ibinseh's Amazon.com Today's Deals Gift Cards & Registry Sell Help EN Hello, Ibinseh Account & Lists Orders Try Prime Cart

Home & Business Services Home Yard & Outdoors Automotive Computers & Electronics Lessons & Classes Smart Home Services Business & Professional

Show results for **Service & Repair Services**
Keep your car running and in top condition with...

1-24 of 36 results for Home & Business Services

All pros available in your area
Providers are required to be background-checked, insured, and licensed (if applicable). [Learn more](#)

Automotive Headlight Assembly Re...
by Amazon Home Services
We're sorry, no pros near ZIP 90210
Available in select cities
We're continuing to expand and expect to add more soon.

Map of Los Angeles area showing service providers:

- A Sunland Tire**
2019 Bonita Ave,
La Verne, CA 91750
Estimate: **\$99.00**
83% positive ratings (36 reviews)
Hours of operation ▼
Add to Cart
Backed by Amazon's Happiness Guarantee
- B Sunland Tire**
202 W Badillo,
Covina, CA 91723
Estimate: **\$99.00**
83% positive ratings (36 reviews)
Hours of operation ▼
Add to Cart
Backed by Amazon's Happiness Guarantee
- C OC Autoworx**
23061 Antonio Parkway #E,
Rancho Santa Margarita, CA 92688
Estimate: **\$100.00**
87% positive ratings (8 reviews)
Hours of operation ▼
Add to Cart
Backed by Amazon's Happiness Guarantee

Show all (17) Learn more about Estimates

Customer Reviews
★★★★★ 21
4.9 out of 5 Stars

5 star	95%
4 star	0%
3 star	5%

Reviews from around you
★★★★★ By Edward Mikasa on Dec 16, 2015 in 90029
Brake Pad Replacement - Pads I... Fulfilled By **A&G Auto Verified Purchase**

Agenda

- Warm Up
- Digital Selling
- Weg zum Digital Selling
- Fazit

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital
Selling

Fazit



Weg zum Digital Selling (1)

- Strategische und organisatorische Maßnahmen
 - ◆ Strategische Überlegung: Wo und wie im Verkaufsprozess erzeugt Digitalisierung für potentielle Kunden und eigenen Vertrieb Mehrwert?
 - ◆ Kosten-/Nutzen-Betrachtung
 - ◆ Digitalaffine Vertriebskultur
- Kommunikation und Kundenbeziehungsmanagement
 - ◆ Art der Kommunikation zwischen Vertrieb und Kunden wird sich nachhaltig verändern
 - ◆ → relevanten Content auf digitalen Kanälen
 - ◆ Individualisierung

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Weg zum Digital Selling (2)

- Bedürfnisse des Kunden analysieren
 - ◆ Touchpoints
 - ◆ Tracking
 - ◆ Big Data – Analysen?
 - ▶ Anwendbarkeit? Komplexität? DSGVO?

Warmup






Digital Selling

Weg zum Digital
Selling

Fazit



Beispiel: Sales-Prozess bei ERP-Anbieter

- Jeder Sales Rep muss LinkedIn Account haben und regelmäßig Content posten 
- LinkedIn Sales Navigator: die “richtigen” potenziellen Kunden ansprechen, Leads generieren, ... 
- Twitter: Positionierung als kompetenter Partner 
- BASHO E-Mails: Aufmerksamkeit potenzieller Kunden erregen und Meeting vereinbaren 
- Google Alerts: Benachrichtigungen über Themen / Mitbewerber 
- Value Lifecycle Manager: Benchmarking der Performance der Kunden und Formulierung von Business Cases


Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit





Im folgenden ein
paar Ideen ...
ohne Anspruch auf
Vollständigkeit ...

Ansätze, Konzepte, Tools zum Digital Selling für Dienstleister

- Customer Journey
- Die eigene Website & Auffindbarkeit
- Kommunikation
- CRM
- Sales-Unterstützung
- Vertrauen

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Customer Journey (1)

- Zyklen, die ein Kunde durchläuft, bevor er sich für den Kauf eines Produktes entscheidet
 - ◆ Alle Berührungspunkte (Touchpoints) eines Konsumenten mit Marke / Produkt / Dienstleistung
 - ◆ Direkte Interaktionspunkte
 - ▶ Anzeigen, Werbespots, Webseite, ...
 - ◆ Indirekte Kontaktpunkte
 - ▶ Meinung Dritter, Bewertungsportale, Userforum, Blog, ...
- Verständnis der gesamten Customer Journey ist Grundvoraussetzung für kundenorientierte Marketing- und Vertriebsausrichtung

Warmup

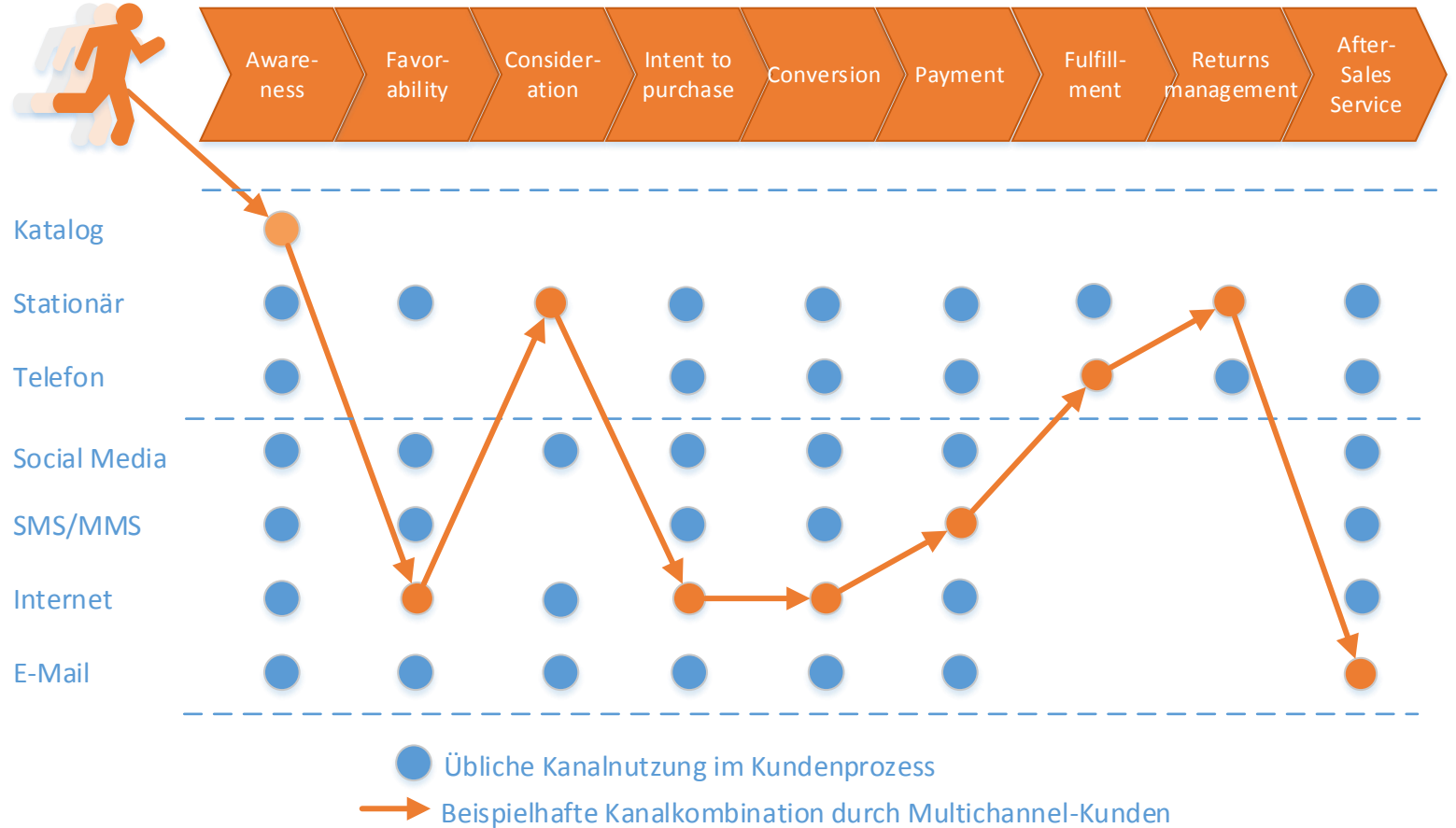
Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Customer Journey (2)



Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Die eigene Website

- Kernfrage: Kommt die Zielgruppe damit zurecht?
- Auffindbarkeit wichtig



Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Content Marketing

- Marketing-Technik
- Ziel: nützliche Informationen, Wissen, ... für Zielgruppen bieten
 - ◆ → Welcher Content auf welchem Kanal?
 - ◆ Fachpresse-, Beratungs- und Unterhaltungspublikationen
 - ◆ Inhalte: Texte, Bilder, Videos, ...
 - ◆ Nutzung/Einbindung der verschiedensten Plattformen/Instrumente: Social-Media, Web Site, Newsletter, ...
- Effektives und authentisches Content Marketing = Teamarbeit
- Erfolgsmessung letztlich über Leads

Warmup

Digital Selling

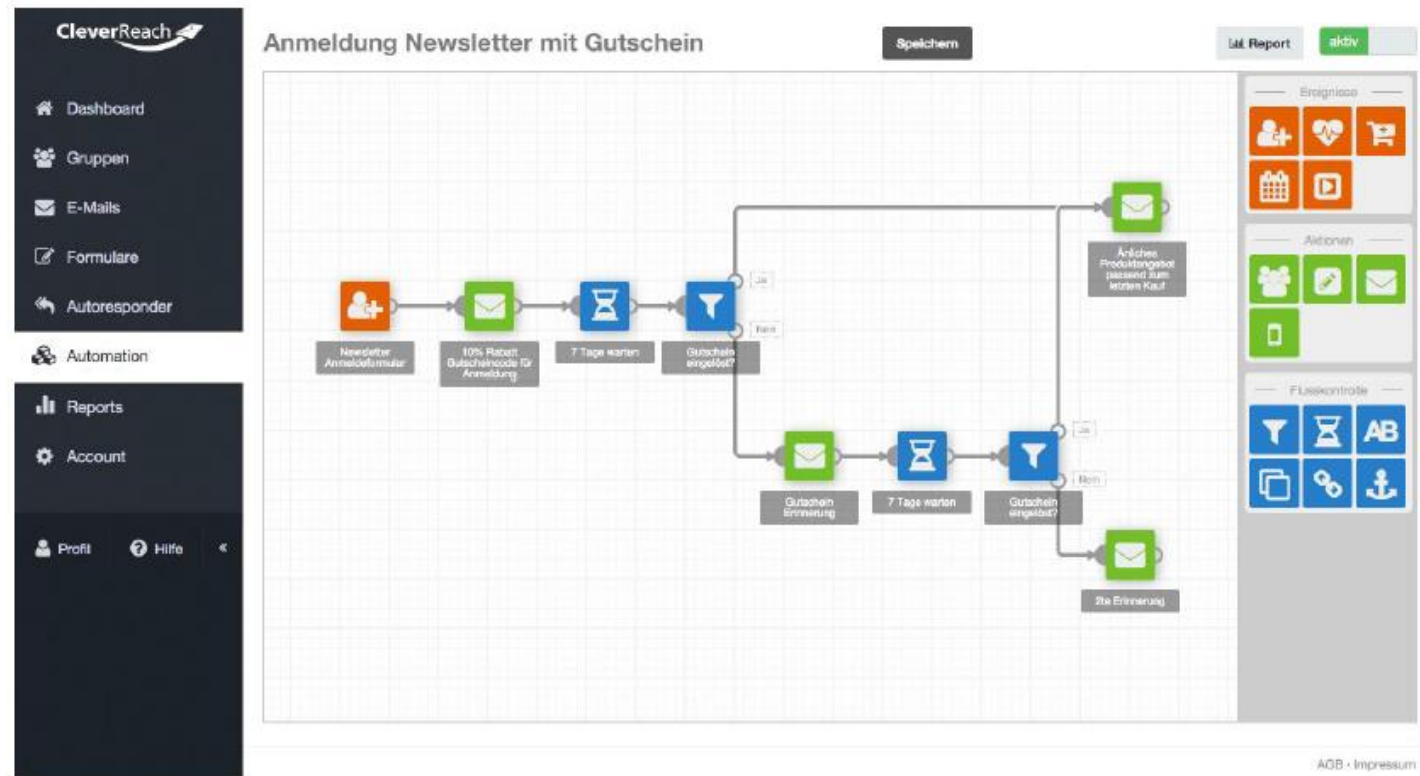
Weg zum Digital Selling

Fazit



Automatisierung in der Kommunikation (1)

- Newsletter / E-Mail-Nachrichten, etc. an den Status des Kunden anpassen
- → Individualisierte Ansprache!



Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Automatisierung in der Kommunikation (2)

■ Beispiel: MyMüsli

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit

Nur noch kurze Zeit erhältlich: Biker-Müsli | Online-Version? [Hier klicken.](#)

mymuesli MIXER MUESLI PORRIDGE GESCHENKE

LIEBER GERALD, NUR NOCH KURZE ZEIT:
UNSER BIKER-MÜSLI

Wir wollten Dich kurz darüber informieren, dass unser **Biker-Müsli**, welches Du schon bei uns bestellt hast, voraussichtlich nur noch vier Wochen verfügbar ist. Damit möchten wir vor allem eines: Platz machen für großartige neue Sport-Müslis. Hast Du unser **Biker-Müsli** besonders geliebt? Kein Grund zur Sorge – Dir bleibt natürlich weiterhin die Möglichkeit, es mit den enthaltenen Zutaten selbst [im Mixer zusammenzustellen](#).

jetzt sichern

AKTIV DURCH DEN WINTER

Dein Geschenk: 6 Bio-Müslis gratis [Email-Einstellungen bearbeiten](#) | Online-Version? [Hier klicken.](#)

mymuesli MIXER MUESLI PORRIDGE GESCHENKE

UNSER GESCHENK FÜR DICH
6 MÜSLIS ZUM PROBIEREN

Lieber Gerald,

Du möchtest die Vielfalt von **mymuesli** kennen lernen? Dann sicher Dir jetzt Dein **mymuesli2go Probierpaket gratis** zu Deiner nächsten Bestellung. Dich erwarten die 6 beliebten Müsli-Sorten im Probierbecher: Bircher, Blaubeere, Beere, Honig-Nuss, Berry-White-Choc und Schokolade.

jetzt Probierpaket sichern

Gerald, Dein Lieblingsmüsli wartet auf Dich | Online-Version? [Hier klicken.](#)

mymuesli MIXER MUESLI PORRIDGE GESCHENKE

TOLLE TIPPS FÜR GERALD,

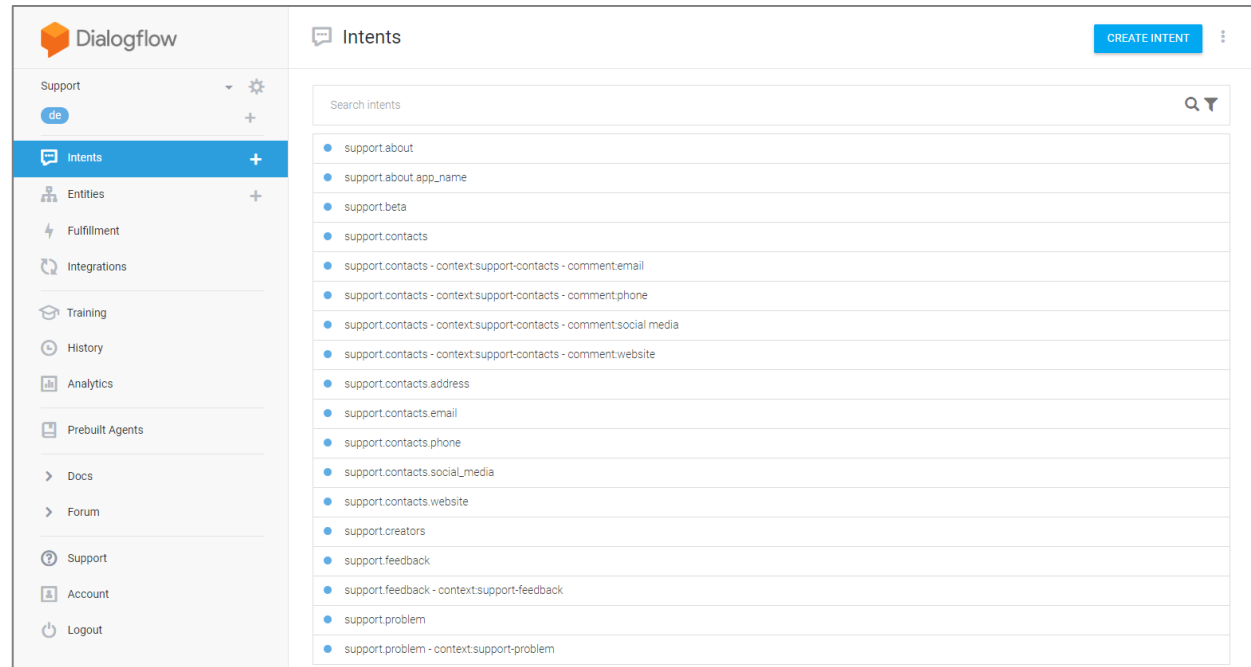
Einige Monate sind seit Deiner Bestellung vergangen und bei uns hat sich viel Neues getan: Neue **Lieblingsmüslis**, neue **Mixzutaten** und auch ansonsten gibt es viel zu erzählen. Schau doch mal wieder rein. Und wenn Du Dir jetzt denkst: was hab ich eigentlich beim letzten Mal für ein tolles Lieblingsmüsli bestellt – kein Problem – Du kannst Deine letzte Bestellung [mit einem Klick aufrufen](#).

letzte Bestellung aufrufen



Automatisierung in der Kommunikation (3)

- Chatbots – Anwendbarkeit für Ihre Unternehmen?
 - ◆ Sogenannte „Software-Agenten“
 - ◆ Ermöglichen eine auf natürlicher Sprache basierende Interaktion zwischen Mensch und Computer



Warmup

Digital Selling

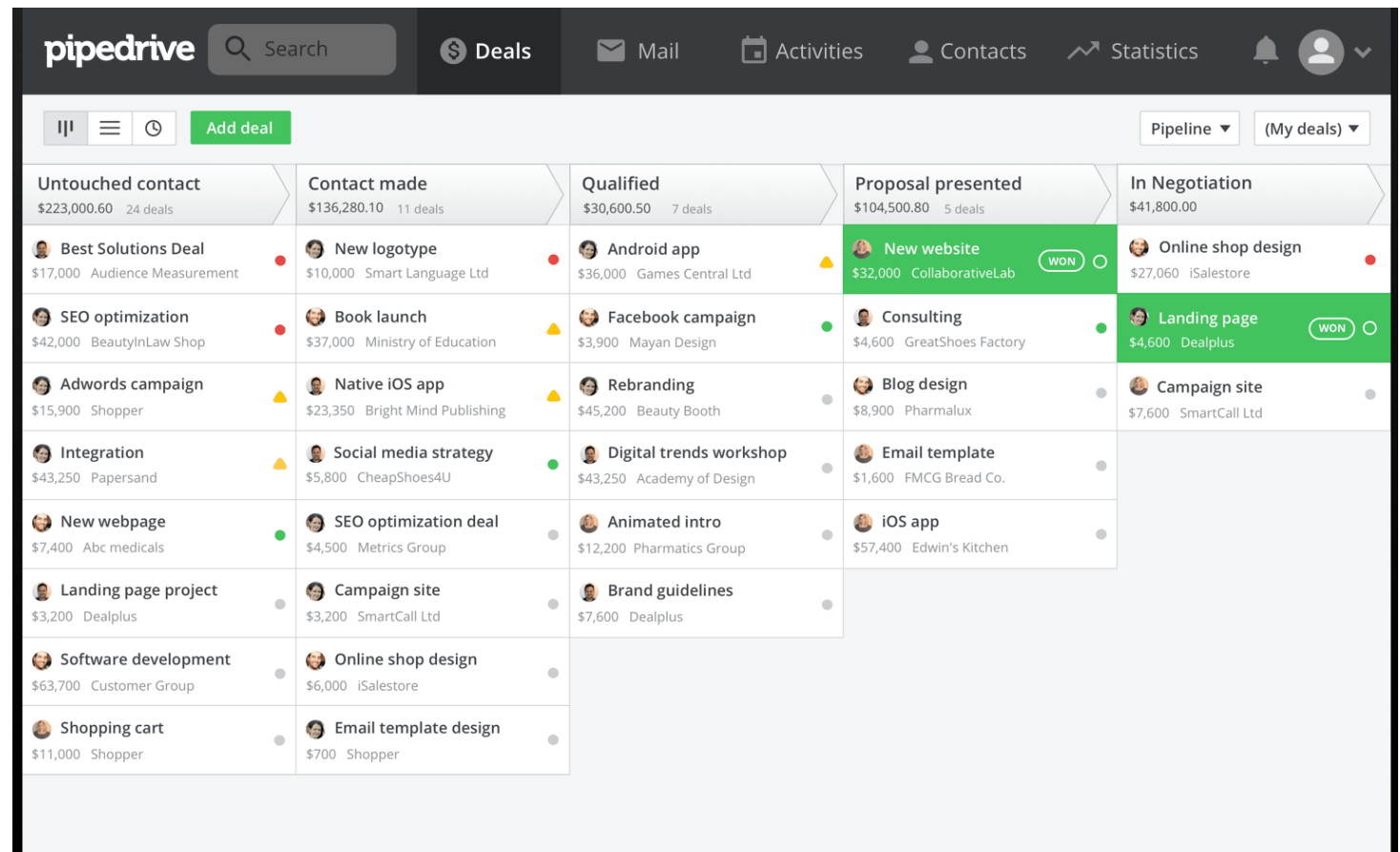
Weg zum Digital
Selling

Fazit



Sales-Unterstützung (1)

■ Lead-Pipeline ● Beispiel: Pipedrive



Untouched contact	Contact made	Qualified	Proposal presented	In Negotiation
\$223,000.60 24 deals	\$136,280.10 11 deals	\$30,600.50 7 deals	\$104,500.80 5 deals	\$41,800.00
Best Solutions Deal \$17,000 Audience Measurement	New logotype \$10,000 Smart Language Ltd	Android app \$36,000 Games Central Ltd	New website \$32,000 CollaborativeLab WON	Online shop design \$27,060 iSalestore
SEO optimization \$42,000 BeautyInLaw Shop	Book launch \$37,000 Ministry of Education	Facebook campaign \$3,900 Mayan Design	Consulting \$4,600 GreatShoes Factory	Landing page \$4,600 Dealplus WON
Adwords campaign \$15,900 Shopper	Native iOS app \$23,350 Bright Mind Publishing	Rebranding \$45,200 Beauty Booth	Blog design \$8,900 Pharnalux	Campaign site \$7,600 SmartCall Ltd
Integration \$43,250 Papersand	Social media strategy \$5,800 CheapShoes4U	Digital trends workshop \$43,250 Academy of Design	Email template \$1,600 FMCG Bread Co.	
New webpage \$7,400 Abc medicals	SEO optimization deal \$4,500 Metrics Group	Animated intro \$12,200 Pharmatics Group	iOS app \$57,400 Edwin's Kitchen	
Landing page project \$3,200 Dealplus	Campaign site \$3,200 SmartCall Ltd	Brand guidelines \$7,600 Dealplus		
Software development \$63,700 Customer Group	Online shop design \$6,000 iSalestore			
Shopping cart \$11,000 Shopper	Email template design \$700 Shopper			

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Sales-Unterstützung (2)

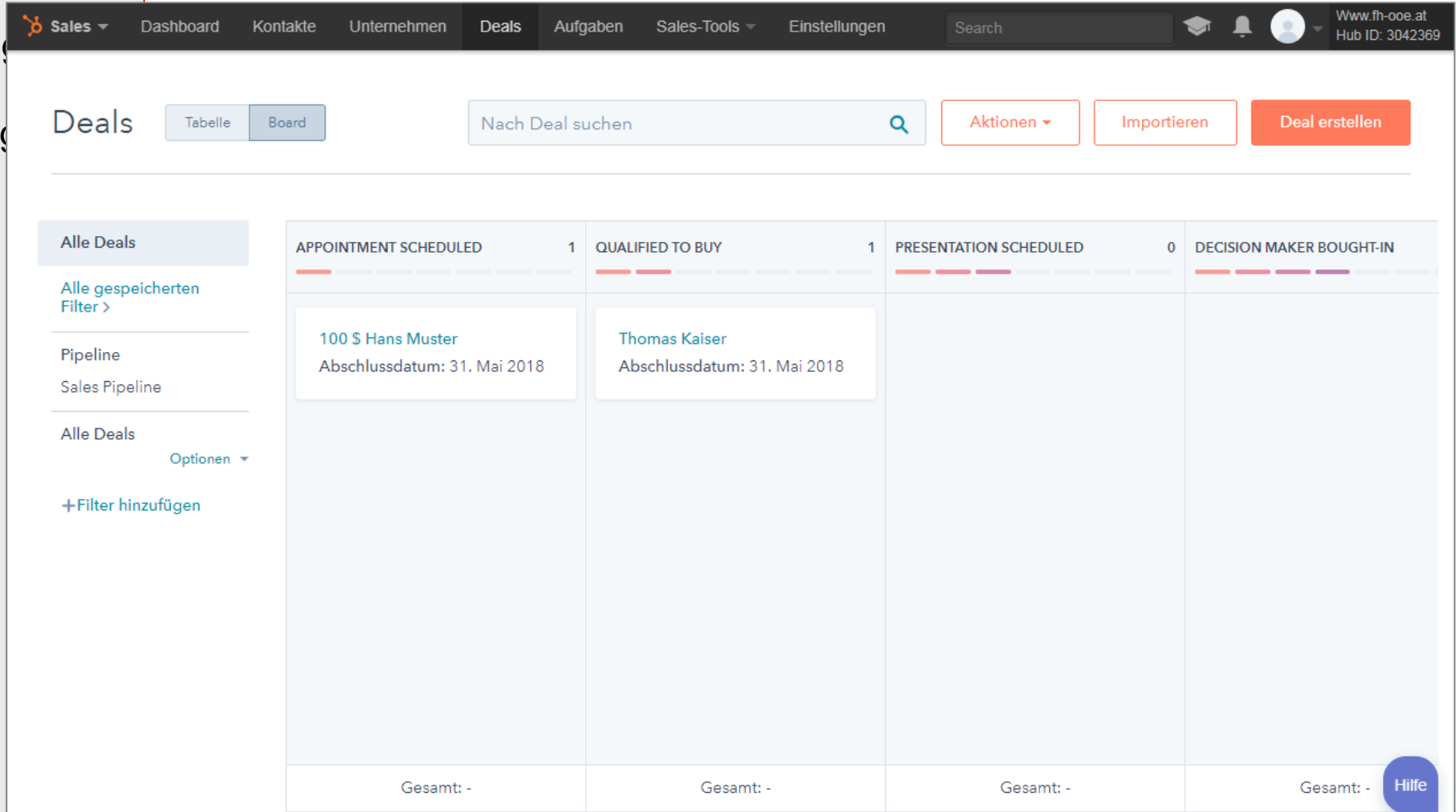
■ Hubspot Sales

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

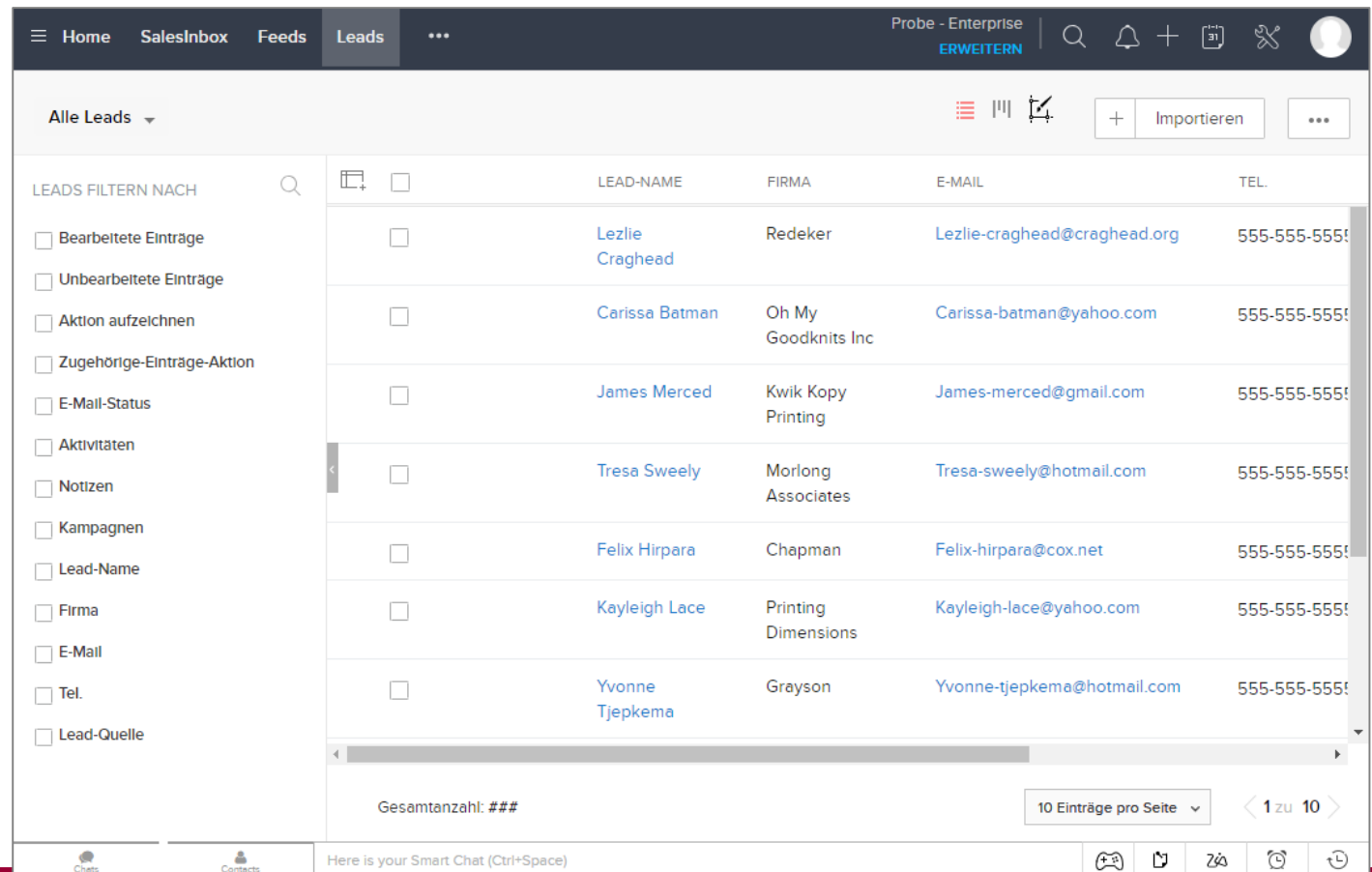
Fazit



The screenshot displays the HubSpot Sales CRM interface. The top navigation bar includes 'Sales', 'Dashboard', 'Kontakte', 'Unternehmen', 'Deals', 'Aufgaben', 'Sales-Tools', and 'Einstellungen'. The main header shows 'Deals' with 'Tabelle' and 'Board' views, a search bar 'Nach Deal suchen', and buttons for 'Aktionen', 'Importieren', and 'Deal erstellen'. The left sidebar contains 'Alle Deals', 'Alle gespeicherten Filter', 'Pipeline', 'Sales Pipeline', and '+Filter hinzufügen'. The main content area shows a pipeline with four stages: 'APPOINTMENT SCHEDULED' (1 deal), 'QUALIFIED TO BUY' (1 deal), 'PRESENTATION SCHEDULED' (0 deals), and 'DECISION MAKER BOUGHT-IN' (0 deals). Deals in the first two stages include '100 \$ Hans Muster' and 'Thomas Kaiser', both with a completion date of 31. Mai 2018. A 'Hilfe' button is visible in the bottom right corner.

CRM

- Systeme teilweise sehr umfangreich und mächtig
 - ◆ Beispiel Zoho CRM



The screenshot shows the Zoho CRM interface for the 'Leads' section. The top navigation bar includes 'Home', 'SalesInbox', 'Feeds', and 'Leads'. The main content area displays a list of leads with columns for 'LEAD-NAME', 'FIRMA', 'E-MAIL', and 'TEL.'. A left sidebar offers filtering options such as 'Bearbeitete Einträge', 'Unbearbeitete Einträge', and 'Aktivitäten'. The bottom of the interface shows a chat window and a status bar.

LEADS FILTERN NACH	LEAD-NAME	FIRMA	E-MAIL	TEL.
<input type="checkbox"/> Bearbeitete Einträge	Lezlie Craghead	Redeker	Lezlie-craghead@craghead.org	555-555-555!
<input type="checkbox"/> Unbearbeitete Einträge	Carissa Batman	Oh My Goodknits Inc	Carissa-batman@yahoo.com	555-555-555!
<input type="checkbox"/> Aktion aufzeichnen	James Merced	Kwik Kopy Printing	James-merced@gmail.com	555-555-555!
<input type="checkbox"/> Zugehörige-Einträge-Aktion	Tresa Sweely	Morlong Associates	Tresa-sweely@hotmail.com	555-555-555!
<input type="checkbox"/> E-Mail-Status	Felix Hirpara	Chapman	Felix-hirpara@cox.net	555-555-555!
<input type="checkbox"/> Aktivitäten	Kayleigh Lace	Printing Dimensions	Kayleigh-lace@yahoo.com	555-555-555!
<input type="checkbox"/> Notizen	Yvonne Tjepkema	Grayson	Yvonne-tjepkema@hotmail.com	555-555-555!
<input type="checkbox"/> Kampagnen				
<input type="checkbox"/> Lead-Name				
<input type="checkbox"/> Firma				
<input type="checkbox"/> E-Mail				
<input type="checkbox"/> Tel.				
<input type="checkbox"/> Lead-Quelle				

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital Selling

Fazit



Lead-Generierung

■ LinkedIn Sales Navigator

Warmup

Digital Selling



Zurück zu LinkedIn.com



Weg
Sellir

Funktionen von Sales Navigator Professional

Die besten Social Selling-Profis übertreffen die Quoten um das bis zu 3-fache.



20 InMail™-Nachrichten

Kommen Sie mit potenziellen Kunden ins Gespräch, auch wenn Sie nicht miteinander verbunden sind.



Liste Ihrer Profilbesucher

Finden Sie heraus, wer sich in den letzten 90 Tagen für Sie interessiert hat.



Sales Insights

Holen Sie sich wichtige Informationen über Ihre Accounts und Leads, einschließlich zu Jobwechseln und Unternehmenswachstum.



Uneingeschränkte Personensuche

Sehen Sie sich unbeschränkt Profile aus Suchergebnissen und Vorschlägen an – einschließlich Kontakten 3. Grades.



Erweiterte Suche mit Lead Builder

Nutzen Sie erweiterte Suchfilter, um Entscheidungsträger zu identifizieren und Ihre eigenen Lead-Listen zu erstellen.



Empfohlene und gespeicherte Leads

Finden Sie gezielt die richtigen Personen und speichern Sie sie, um immer auf dem neuesten Stand zu bleiben.



Vertrauen

- Vertrauen ist wesentlicher Teil
 - ◆ Soll/muss auch online so gut als möglich kommuniziert werden
 - ◆ “Übliche” Ansätze
 - ▶ Testimonials
 - ▶ Whitepaper
 - ▶ Studien
 - ▶ ...

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital
Selling

Fazit



Agenda

- Warm Up
- Digital Selling
- Weg zum Digital Selling
- Fazit

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital
Selling

Fazit



Alles nur noch digital?

- ... nein, sicher nicht
 - ◆ Der Mensch, die Beziehung zum Menschen, Vertrauen, Vernetzung sind weiterhin wichtige Themen!
- Digitalisierung im Vertrieb
 - ◆ Strategische Herangehensweise sinnvoll
 - ◆ Wird in Zukunft mehr werden
 - ◆ Kompetenzaufbau notwendig
 - ◆ Viele Tools zur Unterstützung
 - ◆ Zumindest zur Lead-Generierung für jedes Unternehmen überlegenswert
 - ◆ Individualisierte Ansprache wichtig

Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital
Selling

Fazit



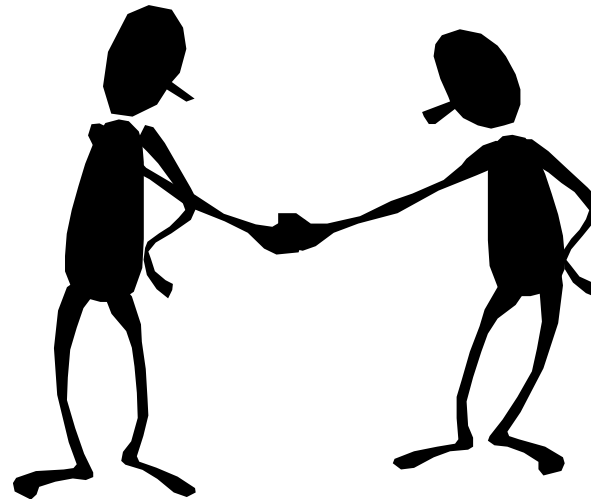
Warmup

Digital Selling

Weg zum Digital
Selling

Fazit

Danke für die
Aufmerksamkeit!



FH-Prof. Mag. Dr. Gerald Petz
Studiengangsleiter Marketing und Electronic Business
Fakultät für Management
gerald.petz@fh-steyr.at, www.fh-ooe.at/meb

