

# Extra

Bezahlte Sonderbeilage zu aktuellen Trends  
rund um das Thema „Der digitale Auftritt“



## Digitalisierung im Vertrieb

Der Vertrieb ist ein Bereich des Unternehmens, bei dem die Digitalisierung besonders greifen kann. Weniger Kosten und geringerer Zeitaufwand sind das Ergebnis. Die Vertriebsberater helfen dabei.

Die Digitalisierung betrifft alle Märkte, Branchen, Unternehmensbereiche und Funktionen und damit selbstverständlich auch den Vertrieb. Zeitgleich mit der Digitalen Transformation nimmt auch die Globalisierung - ihrerseits selbst ermöglicht und verstärkt durch Digitalisierung - weiter zu.

Aufgrund der digitalen Transformation und der Globalisierung begann schon frühzeitig eine grundlegende Änderung des Kaufverhaltens sowohl von Privatkunden (B2C) als auch von Unternehmenskunden (B2B) in so gut wie allen Branchen.

Die Gründe liegen auf der Hand. Kunden haben einerseits die freie Wahl aus sehr vielen Produkten und Dienstleistungen verschiedenster Anbieter,

sie können diese Produkte und Dienstleistungen miteinander vergleichen und sind durch eigene Recherche im Internet, in sozialen Medien und durch Weiterempfehlungen sehr gut informiert. Andererseits werden auch bei Bestehen von Einkaufsprozessen (im B2B-Bereich) Kaufentscheidungen zumindest teilweise von Emotionen beeinflusst. Die sogenannte „Customer Experience“, also das Erleben während des Einkaufs, ist zu einem der wichtigsten Kriterien bei der Kaufentscheidung geworden.

### Mehrwert in den Mittelpunkt

Um also heute und in Zukunft zu bestehen und zu wachsen, müssen Unternehmen den Nut-

zen, den Mehrwert ihrer Produkte und Dienstleistungen und die Vorteile aus deren Verwendung für ihre Kunden von Anfang an in den Mittelpunkt ihrer Vertriebsaktivitäten stellen.

### Eine Reise ins Ich des Kunden

Ein weiterer neuer Begriff, den Verantwortliche im Vertrieb heutzutage kennen, verstehen und berücksichtigen müssen, ist die „Customer Journey“. Kunden unternehmen mit Produkten und/oder Dienstleistungen eine Reise durch die Zeit, die sich über die Phasen

- ▶ Bewusstwerdung über eine Produkt/eine Dienstleistung,
- ▶ Interesse daran und gedankliche Beschäftigung damit,

- ▶ Anschaffung und Nutzung
- ▶ sowie das Weitergeben der Nutzerfahrung erstreckt. Die möglichen Berührungspunkte eines Unternehmens mit



### Info Vertriebsberater

Vertriebsberater unterstützen Unternehmen und Organisationen bei der nachhaltigen „gesunden“ Entwicklung des vertrieblischen Ergebnisbeitrages.

Sie schreiben nicht nur Konzepte, sondern übernehmen auch bei der Umsetzung Verantwortung.

potenziellen oder tatsächlichen Kunden auf dieser „Reise“ nennt man Touchpoints. Die überwiegende Mehrzahl dieser Berührungen findet heutzutage in der digitalen Welt statt. Damit wird auch die essenzielle Bedeutung des digitalen Auftritts von Unternehmen für Kundenansprache, Kundengewinnung, Kundendienst und Kundenbindung klar.

In diesem Zusammenhang ist der digitale Auftritt weit umfassend gemeint (siehe Kasten).

### Die Experten helfen

In der Fachgruppe UBIT der Wirtschaftskammer (WK) Wien bieten den Unternehmern die Mitglieder des Arbeitskreises Vertriebsberatung professionelle

Unterstützung bei der Konzeption, Umsetzung und dem laufenden Betrieb des digitalen Auftritts im Vertriebsbereich.

Darüberhinaus helfen die Experten des Arbeitskreises dabei, das Geschäftsmodell fit den globalen Markt und die geänderten vertrieblichen Anforderungen zu machen, und den digitalen Auftritt an die aktuelle Richt-

linien anzupassen (Stichwort Datenschutz-Grundverordnung, DSGVO).

**Weitere Infos unter:**  
[www.vertriebsberatung.wien](http://www.vertriebsberatung.wien)  
In Zusammenarbeit mit dem Arbeitskreis Vertriebsberatung der Fachgruppe UBIT in Wien.

## Der digitale Auftritt eines Unternehmens

- ▶ eine professionelle Website, für mobile Endgeräte optimiert, als unabdingbare Ausgangsbasis,
  - ▶ mit stets aktuellen Inhalten, die für Kunden interessant und relevant sind,
  - ▶ mit professioneller SEO (Suchmaschinenoptimierung) und ggf. SEA (Nutzung geeigneter Werbemöglichkeiten in Suchmaschinen),
- ▶ Nutzung von E-Mail-Marketing und Social Media Marketing,
- ▶ Nutzung der vielfältigen Möglichkeiten von E-Commerce (Online-Handel), idealerweise in Verbindung mit bestehenden Standorten (stationärer Handel),
- ▶ Geeignete Bewertungsmöglichkeiten für Kunden/Nutzer, Integriertes Kundenbindungsprogramm

Online-Aktivitäten im unternehmerischen Kontext sind dann sinnvoll, wenn sie ...  
die Kundenerfahrung (Customer Experience) verbessern,  
die Unternehmens- und insbesondere Vertriebsstrategie bzw. deren Umsetzung unterstützen,  
die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens z.B. durch bessere Effizienz sichern,  
und jedenfalls mit den „analogen“ Aktivitäten und Prozessen abgestimmt sind.

