

# Digitalisierung im Vertrieb – starker Impact oder Hype?

von Fabian Vollberg

## Kurzübersicht

- o Impact oder Hype: Es kommt darauf an. Sind der strategische und der Anwendungs-Fokus geschärft, sind die Potenziale der Digitalisierung im Vertrieb beachtlich!
- o Unternehmen, die intelligent digitalisieren schlagen, bei sonst gleichen Bedingungen, solche, die es nicht tun.
- o Digitalisierung im Vertrieb funktioniert am besten mit dem Vertriebs-Team, nicht dagegen.



Digitalisierung ist auch im Vertrieb eines der Themen, mit denen sich jedes Unternehmen auseinandersetzen sollte, das es mit Wachstum ernst meint. Die Antwort kann lauten, dass man auf die Möglichkeiten der Digitalisierung verzichten möchte, aber diese Entscheidung sollte bewusst getroffen werden. In einem Seminar habe ich jüngst das Zitat mitgenommen, dass nicht KI den Menschen ersetzen wird, aber sehr wohl Menschen die KI benutzen solche ersetzen, die es nicht tun. Und hier steckt auch für den Vertrieb eine interessante Botschaft drin. Übersetzt für den Markterfolg lautet die Aufforderung drei Schritte zu gehen:

o **Strategische Klarheit erzielen und bewahren.** Digitalisierung ist wunderbar, aber nur dann, wenn sie zielgerichtet ist und der reale Nutzen erlebbar und wachstumsrelevant ist. Strategische Eindeutigkeit schärft den Fokus auf Felder in denen Veränderung gewünscht und priorisiert ist. Möchte ich beispielsweise Kostenführer sein, so sollten Potenziale im Bereich der Prozesseffizienz gesucht werden, ist mein Ziel die Innovationsführerschaft, sollte das gesamte Kundenerlebnis zu diesem Anspruch passend gestaltet sein, außerdem gilt es Markt-Feedback schnell aufzunehmen und zu verarbeiten – auch hier bietet sich einiges Potenzial für zielgerichtete Digitalisierung. Ist mein Unternehmen als Leistungsführer aufgestellt, gilt es genau zu prüfen, wo ich – auch mittels Digitalisierung – individuelle Kundenbedürfnisse noch besser verstehen und einfacher, schneller befriedigen kann.

o **Bedürfnisse verstehen, Customer Journey und Vertriebsprozess auf Potenziale durchleuchten.** Der letzte Satz im vorherigen Abschnitt schafft den Übergang zwischen der strategischen Ebene und der sehr praktischen Ebene, auf der die Ansatzpunkte für wirksame Digitalisierung noch klarer werden. Am Ende geht es im Vertrieb immer darum, eine Lösung für ein Problem oder Potenzial anzubieten und den Kunden dafür zu gewinnen. Am Anfang stehen also stets das Kundenbedürfnis und die zugehörige Lösung, der übrige Weg ist eine Reise des Entdeckens und der Entscheidung füreinander. Als Methode, um Digitalisierungshebel zu entde-

cken, bietet es sich an, die Customer Journey, inklusive Vertriebsprozess Schritt für Schritt zu durchleuchten und zu besprechen, wie intelligentes Wachstum in diesen Abläufen gestaltet sein kann. Die Digitalisierung bietet hier jede Menge Möglichkeiten die Reise schneller und einfacher für alle Beteiligten zu gestalten. Und doch gilt es gerade im Vertrieb Vorsicht walten zu lassen: Je unbekannter, erklärungsbedürftiger und hochpreisiger Produkte und Leistungen sind, umso stärker gilt es Vertrauen zu schaffen. Als Daumenregel gilt: Menschen vertrauen Menschen. Weiter Vorteile, wie die Fähigkeiten Komplexität zu meistern, flexibel zu denken und zu kontextualisieren, machen menschliche Interaktion zu einem tendenziell teuren und im ersten Schritt langsam erscheinenden, gleichzeitig aber einem sehr wirkungsvollen Verfahren im Vertrieb.

o **Neugierig sein, Ausprobieren, Menschen einbinden.** Mit Hilfe der ersten beiden Schritte sind Sie gerüstet, sich nicht durch die Vielzahl an Möglichkeiten und die schillernden Angebote zur Orientierungslosigkeit verführen zu lassen. Ist der Fokus geschärft, können Möglichkeiten abgewogen werden und das Experimentieren kann beginnen. Binden Sie früh Mitarbeitende ein und lassen Sie sie Teil der Erwägungen und des Prozesses werden, so ist der Boden bestens bereitet, mit dem Team Digitalisierung zu entdecken und zu nutzen.

Um sich dem Thema Digitalisierung systematisch anzunähern oder die aktuelle Perspektive zu schärfen, empfehle ich einen Blick in unser Mandat-Whitepaper „Digital – nicht immer besser“, schreiben Sie mir und ich sende es Ihnen das kompakte und wertvolle Werk unkompliziert zu: [Fabian.Vollberg@mandat.de](mailto:Fabian.Vollberg@mandat.de)