

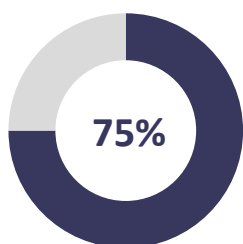


MERCURI
international

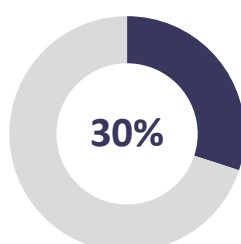
Hybrider Vertrieb – Customer Service im Rahmen der
kundenzentrierten Marktbearbeitung -

TRENDS UND CHANCEN IM INNENDIENST MEISTERN

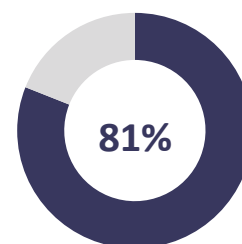
Kundenzentrierte Marktbearbeitung führt zu einer stärkeren Bedeutung des Innendienstes im hybriden Vertrieb



... aller Unternehmen halten sich für kundenorientiert.



... der Kunden waren derselben Meinung



... der Kunden, akzeptieren für guten Service höhere Preise.



**Kunden-
zufriedenheit**

* Studie von CapGemini „The disconnected customer: what digital customer experience leaders teach us about reconnecting with customers“ 2017

Der Innendienst als Haupterfolgskfaktor bei der Kundenzufriedenheit

Aktuell wird verstärkt über die Neuausrichtung des Vertriebes nachgedacht, da die Kundenzentrierung weiter in den Mittelpunkt rückt. Der Innendienst spielt dabei mit seinen vielen Kundentouchpoints eine Schlüsselrolle.

Der Ansatz des hybrides Vertriebs integriert den Innendienst viel stärker in die aktive Kundenbetreuung. Großkunden werden vom Key Account oder Außendienstmitarbeiter betreut, aber die oft vernachlässigten Kleinkunden können und sollten nun vom Innendienst proaktiv gemanagt werden. Da durch die Automatisierung Kapazitäten im Innendienst frei werden, kann dieser diese Aufgabe grundsätzlich übernehmen. Allerdings stellt sich in der Praxis die Frage ist, ob er das überhaupt will, dafür geeignet ist und die entsprechenden Kompetenzen aufweist.

Richtig verstandene Kundenorientierung gepaart mit den notwendigen Vertriebskompetenzen und klaren Prozessen garantieren ein positives Kundenerlebnis. Damit erreichen Sie Kundenloyalität und differenzieren sich zu Ihrem Wettbewerb.

Trends im Customer Service



Automatisierung im Vertrieb und Customer Service

Kunden bestellen immer häufiger direkt über EDI, kaufen online im Internet-Shop oder stellen sich ihre Lösungen mit dem online Konfigurator zusammen. Sogar die einfache Betreuung nach dem Kauf wird mittlerweile zum Teil von Bot's übernommen. Damit fallen einige der klassischen Tätigkeiten des Innendienstes weg und ermöglichen mehr Zeit für verkaufsaktive Aufgaben.

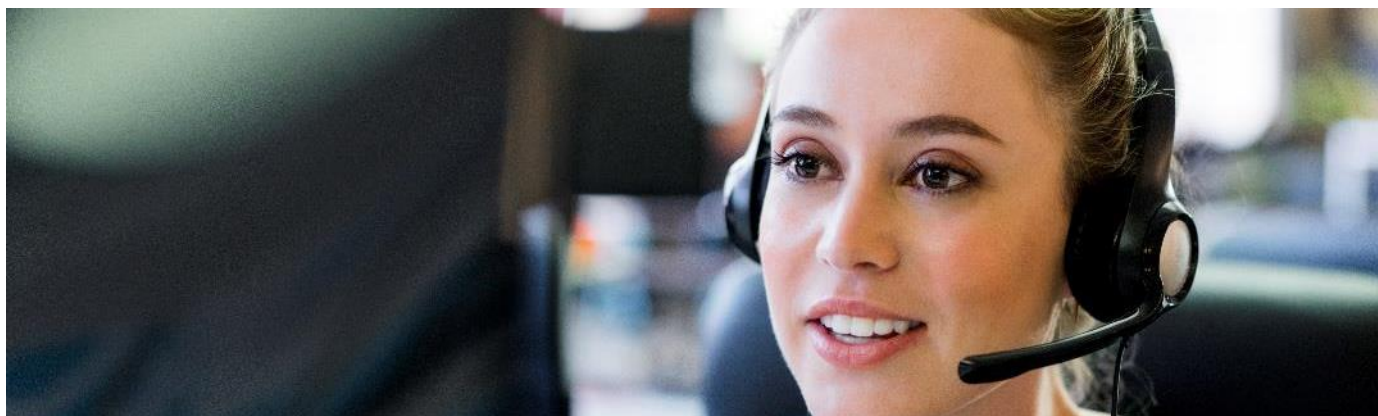
Re-integration des Customer Service Centers

Lange Zeit war das Outsourcing von Dienstleistungen ein Trend, bei dem auch Leistungen des Innendienstes ausgelagert wurden. In der heutigen Zeit, in der Produkte immer vergleichbarer werden und Service und Kundenorientierung ein entscheidendes Differenzierungsmerkmal sind, bauen Unternehmen den eigenen Innendienst wieder auf und professionalisieren die kundenzentrierte Marktbearbeitung.

Hybrider Vertrieb: Integration des Innendienstes in das Vertriebsteam

Der Außendienst verliert das alleinige Mandat auf Interessenten bzw. Kunden. Verkaufen ist zunehmend eine Teamaufgabe. Dabei wird der Innendienst mehr und mehr in die Vertriebsteams integriert und übernimmt vielfältige Aufgaben im Zusammenspiel mit KAM/ Accountmanager bei größeren Kunden bis hin zur Alleinbetreuung von bisher eher vernachlässigten D/C-Kunden. Deshalb muss der Innendienst die Produkte und entsprechende Sales Prozesse kennen, sowie über verkäuferische Fähigkeiten und den entsprechenden Mind-Set verfügen.

Anforderungen an die Entwicklung des Innendienstes



Wirkungsvolle Weiterqualifizierung des Innendienstes

Die voran genannten Trends, sowie das Arbeitsumfeld des Innendienstes stellen einige Anforderungen an Qualifizierungsprogramme:



Höherer Professionalisierungsgrad

Der Innendienst muss zunehmend mit den schwierigen Situationen umgehen, die leichten Vorgänge werden automatisiert. Zudem soll die Kundenorientierung unternehmensweit einheitlich gelebt werden. Das bedarf professioneller Fähigkeiten im Umgang mit Zeitdruck, emotionalem Stress sowie die Kompetenzen, kundenorientiert langfristige Beziehungen zu entwickeln.



Erweitertes Aufgabenprofil

Die stärkere Integration in das Vertriebsteam und damit die Übernahme von verkäuferischen Aufgaben (z.B. Betreuung der D-Kunden) erweitert das Aufgabenprofil. Dafür müssen die vertrieblichen Fähigkeiten z.B. Basic Selling Skills, Cross- oder Upselling vielfach ausgebaut werden.



Zeitliche Restriktionen

Es ist fast nicht möglich, den Innendienst für 2-3 Tage am Stück aus dem Tagesgeschäft zu nehmen, ohne dass der Kundenservice ernsthaft leidet. Bei der Weiterbildung müssen daher effektive Methoden und Programme genutzt werden, die das Lernen in kürzeren, zeitlich flexiblen Präsenzeinheiten ermöglicht.



Nachhaltigkeit

In der Hektik des Alltages verfällt der Innendienst schnell wieder in alte Verhaltensweisen zurück. Daher sind Maßnahmen zur nachhaltigen Verhaltensveränderung wichtig.

Themen zur Erhöhung der Professionalisierung des Innendienstes



Erhöhung der Professionalisierung

Wir unterstützen Sie bei folgenden Themen:

Umgang mit schwierigen Kundensituationen

- Eine der Hauptaufgaben liegt in der **Bewältigung von schwierigen Situationen**. Die Teilnehmer sollen **verschiedene Verhaltenstypen** kennenlernen, um die geeigneten Techniken und entsprechenden positiven Formulierungen anwenden zu können.

Die eigenen Emotionen im Griff

- Aus der Bewältigung von schwierigen Situationen in Kombination mit Zeitdruck müssen die Teilnehmer lernen, die **eigenen Emotionen** im Griff zu haben. Dazu gehören Kenntnisse über psychologische Hintergründe und mögliche Techniken zur Bewältigung von Stresssituationen.

Kommunikation auch von schlechten Nachrichten

- Die **Überbringung schlechter Nachrichten** gehört auch zu den unangenehmen Aufgaben. Mit den richtigen Tipps und Methoden fällt es den Innendienstmitarbeitern leichter, damit umzugehen.

Themen zur Erweiterung des Aufgabenprofils des Innendienstes



Erweiterung des Aufgabenprofils

Um den Außendienst zu entlasten und die freigewordenen Kapazitäten im Innendienst gewinnbringend zu nutzen, kann der Innendienst mit in die Betreuung von Kunden integriert werden. Dazu muss er zusätzliche Fähigkeiten erwerben. Diese sind:

Klassische Verkaufsmethoden

- Wie z.B. Bedarfsermittlung durch geeignete Fragetechniken, Produktargumentation, Einwandbehandlung und Abschlusstechniken etc.

Cross- und Upselling

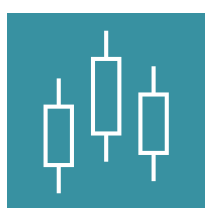
- Mit dem bewussten Einsatz von Verkaufstechniken können Innendienst-Mitarbeiter zusätzlichen Umsatz erzielen

Teamselling

- Da der Innendienst verstärkt mit dem Außendienst zusammenarbeitet, sollten alle wissen, wie man im Team verkauft.

Blended Ansatz zur Qualifizierung Ihres Innendienstes

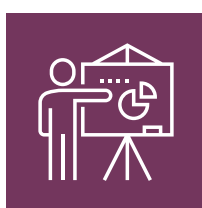
Gestalten Sie das Entwicklungsprogramm für Ihren Innendienst ganz nach Ihren eigenen Bedürfnissen: Individuell und flexibel, mit Standardmodulen oder angepassten Bausteinen, mit online und offline Lernmodulen.



Onboarding
Management



Online
Lernpfad



Präsenz-
Training



Virtuelles
Coaching



Coaching-
on-the-job



Onboarding Management

Wichtig zur Sicherung der Nachhaltigkeit von Qualifizierungsmaßnahmen ist die Unterstützung des Management bei der Implementierung der Inhalte. Um das Management „an Board“ zu bekommen werden die Manager vorab über die Inhalte und Ziele in einem virtuellen Meeting informiert. Diese können dann im Nachgang ihr Team motivieren, mobilisieren und durch das gesamte Programm aktiv begleiten.

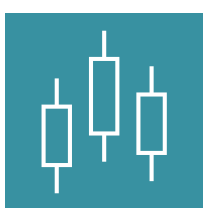


Online Lernpfad

Erweitern Sie die Lernerfahrung durch Online Elemente wie z.B. E-Learnings, Quizze, Videos, Tests usw. Unsere Bibliothek an fertigen Innendienstmodulen reflektieren die täglichen Aufgaben der Innendienstmitarbeiter sehr gut. Diese lassen sich auf unternehmensspezifische Situationen anpassen oder durch individuell entwickelte Module ergänzen. Der Einsatz von abwechslungsreichen Online Elementen ermöglicht es, sich in den Präsenztrainings vermehrt auf praktische Anwendung zu fokussieren. Sie ermöglichen aber auch das selbstbestimmte und situative Lernen. Zusammen mit den gestaffelten Lernimpulsen über einen längeren Zeitraum erhöhen sie die Nachhaltigkeit des Programms.

Blended Ansatz zur Qualifizierung Ihres Innendienstes

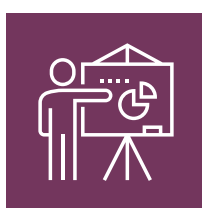
Gestalten Sie den Lernpfad nach Ihren eigenen Bedürfnissen:
Individuell und flexibel, mit Standardmodulen oder angepassten
Bausteinen, mit online und offline Lernmodulen.



Onboarding
Management



Online
Lernpfad



Präsenz-
Training



Virtuelles
Coaching



Coaching-
on-the-job



Präsenz-Training im (virtuellen) Klassenzimmer

In einem Training werden die Teilnehmer durch praktische Einzel- und Gruppenübungen sowie Rollenspielen auf die Anwendung neuer Techniken und Methoden in ihrer täglichen Arbeit vorbereitet. Hilfreich ist dabei, dass im Online Lernpfad bereits die theoretischen Grundlagen erlernt wurden, die nun auf den Arbeitsalltag angewendet werden. Die Teambildung wird gefördert, ein informeller Austausch ist möglich und der Trainer kann viel individueller auf die Bedürfnisse der Teilnehmer eingehen. Durch den Einsatz professioneller virtueller Klassenzimmer lassen sich die Trainings sehr effektiv durchführen. Damit reduzieren sich Reisezeiten und die Inhalte werden in mehreren kurzen Einheiten vermittelt, was dem Innendienst mehr Flexibilität gibt.



Virtuelles Coaching / Follow-Up

Um die Implementierung des Gelernten sicherzustellen, werden nach dem Training weitere Aufgaben im Online Pfad zur Verfügung gestellt. In einem Webinar erfolgt dann der Erfahrungsaustausch in Kleingruppen. Dies ermöglicht den Teilnehmern, Inhalte gesteuert zu reflektieren und Best Practices auszutauschen.



Coaching-on-the-job

Die effektivste Sicherung einer nachhaltigen Implementierung erfolgt durch das Coaching on the Job. Dieses ist Aufgabe der eigenen Manager kann aber auch von unseren Trainern und Coaches durchgeführt werden. Sinnvoll ist es die Manager auf diese Aufgabe mit vorzubereiten.

Ihr Mehrwert



- **Relevant:** Ihre Mitarbeiter finden in unseren Programmen konkrete Antworten auf ihre Herausforderungen und Aufgaben, da unsere Inhalte passgenau auf den Innendienst abgestimmt sind.



- **Berücksichtigung der organisatorischen Anforderungen im Innendienst:** Die Mitarbeiter können den Großteil der Qualifizierung selbstbestimmt und ortsunabhängig durchlaufen.



- **Modular:** Der Aufbau der Qualifizierungsmaßnahme wird mit Ihnen genau auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt – von Standardansätzen bis hin zu maßgeschneiderten Individuallösungen.



- **Umfangreiche Erfahrung:** Sie profitieren davon, dass Mercuri jährlich mehr als 18.000 Workshops weltweit durchführt und über 60 Jahre Erfahrung im didaktischen Aufbau von Vertriebsstrainings hat. Dadurch können Sie sicher sein, dass die Qualifizierung den neuesten pädagogischen Ansätzen entspricht.



- **Spezialist in Vertriebsthemen:** Unser Fokus liegt ausschließlich auf Vertriebsthemen. Sie können sich darauf verlassen, dass wir Sie mit erfolgskritischen Themen inspirieren und die Lösungen auch in der Praxis umsetzbar sind. Wir sprechen Ihre Sprache.

Ausgewählte Referenzkunden „Innendienst-Projekte“



Warum Mercuri?

Daten, Zahlen & Fakten

Eigentümer

Mercuri International gehört zu Bure Equity, gelistet an der Stockholmer Börse – www.bure.se

Zahlen

Mitarbeiter

500 +



Länder

50 +



Blended Learning
Lösungen

100 +



Alle Lerninhalte sind maßgeschneidert

10% - 100%



Kundenzufriedenheit

98,8%



Zufriedenheit der Lernenden

94%



Jedes Jahr ...

Workshops

12.000 +

Teilnehmer

200.000 +

Kunden

2.000 +

Ihr Kontakt für alle Fragen zur Qualifizierung Ihres Innendienstes



Jedes Jahr unterstützt Mercuri International Unternehmen in über 50 Ländern bei der Erreichung von Sales Excellence. Wir analysieren Absatzsituationen, entwickeln gemeinsam mit unseren Kunden leistungsfähige Vertriebskonzepte und optimieren Verkaufsprozesse. Anschließend begleiten wir die Umsetzung mit Trainings- und Coachingmaßnahmen

Claudia Sperling



Mercuri International
Deutschland
Theodor-Hellmich-Str. 8
40667 Meerbusch
Germany

Mobile +49 175 739 15 78
Office +49 2132 9306 13
E-Mail
Claudia.sperling@mercuri.de

Sabine Marx-Fleischer



Mercuri International
Deutschland
Theodor-Hellmich-Str. 8
40667 Meerbusch
Germany

Mobile +49 162 333 7 555
Office +49 2132 93 06 12
E-Mail sabine.marx-fleischer@mercuri.de



MERCURI
international