

Neue Kompetenzen gefragt

Wer hybrid verkauft, kann deutlich produktiver unterwegs sein. Mit diesem Ansatz nutzt man das jeweils Beste aus beiden Welten (online und vor Ort). Wie lassen sich Vorteile des Verkaufens aus der Distanz optimal nutzen und welche Techniken und Verkaufskompetenzen sind dafür entscheidend?

Die Zukunft des Vertriebs ist hybrid, darüber sind sich Vertriebsexperten einig. Zu groß sind die Vorteile, die sich aus der richtigen Balance aus virtuellen und persönlichen Vor-Ort-Besuchen ergeben können. Der Außendienst muss nicht mehr unbedingt beim Kunden vor Ort sein, um zu überzeugen. Denn auch für die Zukunft bietet Remote Selling große Potenziale, um die Vertriebsarbeit effizienter, produktiver auszurichten und damit Vertriebskosten zu senken.

So werden die meisten Kunden künftig hybrid, also in einer Kombination aus virtuellen und persönlichen Besuchen vor Ort betreut werden. Kleinere Accounts können komplett virtuell begleitet werden. Das spart wertvolle Arbeitszeit durch weniger Fahrzeiten, reduziert Reisekosten und erhöht die Kontaktfrequenz deutlich. Während die persönlichen Besuche vor Ort Routine zu sein scheinen, so stehen viele, auch erfahrene Verkäufer beim Remote Selling gerade erst am Anfang.

Mehr Produktivität mit Verkäufen auf Distanz

Eine gemeinsame Studie der Ruhr-Universität Bochum mit Mercuri International bei über 800 Unternehmen aus dem Jahr 2021 belegt, dass sich die Produktivität im Vertrieb um das Vierfache steigern lässt. Das klingt verlockend, aber wie

so oft steckt der Teufel im Detail, denn die Bereitschaft der Menschen im Vertrieb, sich auf die erforderlichen neuen Wege einzulassen, ist immer noch eher zurückhaltend. Es widerspricht oft dem eigenen traditionellen Rollenverständnis, wenn Vertriebler ihre Kunden virtuell besuchen und diese Kontakte anschließend auch noch digital im CRM-System erfassen sollen. Als Hindernis werden meistens die Kunden vorgeschoben, die sich nicht virtuell besuchen lassen wollen.

Hier ist es wichtig, etwas genauer hinzuschauen, denn Online-Kontakte sind tatsächlich nicht für alle Anlässe einsetzbar. So müssen neue Kunden etwa eher zunächst persönlich vor Ort besucht werden, um eine persönliche Beziehung aufzubauen. Abbildung 1 (Download unter <https://go.sn.pub/rnV0sw>) spiegelt die Einschätzung der befragten Unternehmen aus der genannten Erhebung wider und gibt dazu eine erste Orientierung, welche Aufgaben online oder offline umgesetzt werden können.

Die Praxis lehrt jedoch, dass die Bereitschaft auf Kunden-seite viel größer ist als vom Vertrieb vermutet. Die Pandemie hat die Akzeptanz deutlich erhöht, da sich hinter den digitalen Besuchen für Kunden und Interessenten doch einige Vorteile verbergen, beispielsweise die Zeitersparnis durch kürzere virtuelle Besuche oder besser vorbereitete Außendienstler.

Kompakt

- Remote Selling stellt deutlich andere Anforderungen an die Verkäufer.
- Neue kommunikative Fähigkeiten und der professionelle Umgang mit digitaler Technik sind künftig bei Verkäufern gefragt.
- Für eine erfolgreiche Umsetzung von Remote Selling braucht es klare Ansagen des Managements in Bezug auf die Kundenbetreuung in einzelnen Verkaufsphasen.

Digitale Kompetenzen erkennen

Wer jedoch die Produktivität steigern will, muss seine Vertriebsmannschaft dabei unterstützen, die erforderlichen digitalen Kompetenzen zu kennen, zu verstehen und anschließend in der Praxis anwenden zu wollen und zu können. Der hybride Ansatz führt zu einer Zäsur und ist keine Frage mehr von „man müsste vielleicht mal und eigentlich machen wir das ja schon in großen Teilen!“ Remote Selling stellt vielmehr deutlich andere Anforderungen an die Verkäufer, beziehungsweise an die Intensität, mit der Verkaufstechniken genutzt werden müssen. Die erfolgreiche Umsetzung verlangt

Remote Selling



Jüttner, J.: Chancen für Kundenzentrierung und Remote Selling nutzen, in: Sales Excellence Nr. 11/2021, Wiesbaden 2021, <https://www.springerprofessional.de/chancen-fuer-kundenzentrierung-und-remote-selling-nutzen/19859224>

Krah, E.S.: Themenschwerpunkt Remote Selling, Online-Beitrag, <https://go.sn.pub/VpRaBc>

Weitere Digitaltipps

Links

- Mercuri-Grafidownload zum Thema Remote Selling <https://go.sn.pub/rnV0sw>
- Definition Remote Selling <https://go.sn.pub/ng3uWs>
- Tipps zu Remote Selling <https://go.sn.pub/yWylMs>

Blog

- Remote Selling, Virtual Selling <https://go.sn.pub/2mmDsC>

außerdem klare Ansagen des Managements, welche Kundensegmente in welchen Phasen des Verkaufsprozesses wie betreut werden. Vor allen Dingen neue kommunikative Fähigkeiten und der professionelle Umgang mit der digitalen Technik sind künftig bei Verkäufern gefragt. Nur so werden die Ansprüche und Erwartungen der Kunden erfüllt.

Wichtige Tipps für erfolgreiches Remote Selling sind zum Beispiel:

- Vorbereitung mit Agenda (als Zusatz zur virtuellen Einladung) und rechtzeitiges Einwählen
- Lächeln und Blick in die Kamera
- Storytelling, um die Botschaften möglichst spannend (in kurzen Sequenzen) zu kommunizieren
- So viel Interaktion wie möglich mit den Teilnehmern (Fragetechnik)
- Wiederholen des Gesagten und Gehörten und Mitschreiben (aktives Zuhören)
- Verständnis zeigen, wenn technisch etwas nicht klappt.

Damit handelt es sich – wie unschwer zu erkennen ist – um bekannte Verkaufstechniken, die aber zukünftig noch intensiver und konsequenter eingesetzt werden müssen.

Die Praxis lehrt: Nirgendwo ist die positive Illusion, also der unerschütterliche Glaube an sich selbst und das daraus resultierende Beharrungsvermögen, so groß wie im Vertrieb. Neue Wege einzuschlagen, fällt dementsprechend schwer und sollte deshalb eng begleitet und trainiert werden. ■

Literatur

Huckemann, M., Mey, S.: Synchronisieren ist das Neue Selling. Wie Vertrieb, Marketing und Service aus einem Guss verkaufen, Springer, Wiesbaden 2021

Schmitz, Ch., Huckemann, M.: Hybrid Selling: Mehr Vertriebsproduktivität durch synchronisierte Vor-Ort- und Online-Besuche. Studie der Ruhr-Universität Bochum & Mercuri International, Juni 2021.

Huckemann, M.: Anforderungen an den Vertrieb 2022 wachsen, Sales Excellence Nr. 12/2021, Wiesbaden 2021



Autor

Dr. Matthias Huckemann

ist Geschäftsführer von Mercuri International, einem auf Vertrieb spezialisierten, internationalen Beratungs- und Trainingsunternehmen. Er ist Autor zahlreicher Fachbücher. Bei Springer ist 2021 sein Buch „Synchronisieren ist das Neue Selling“ erschienen.

E-Mail: Matthias.Huckemann@mercuri.net