



# Martin Limbeck

## Next Generation Sales – So verkaufen Sie erfolgreich online wie offline!

„Unsere Kunden schätzen nach wie vor das persönliche Gespräch, digitale Angebote sind für sie nicht von Interesse.“ Ich kann gar nicht sagen, wie oft ich dieses Totschlag-Argument in den letzten fünf Jahren gehört habe. Natürlich gibt es Branchen, in denen der 1:1-Kontakt immer noch enorm wichtig ist. Oder besser gesagt war. Denn seit dem Frühjahr 2020 hat sich unsere Welt ziemlich verändert. Und damit meine ich nicht nur die Art und Weise, wie wir leben und arbeiten, sondern auch das Kaufverhalten der Menschen. Was das für den Vertrieb bedeutet und worauf es für Sie jetzt ankommt, um Ihr Unternehmen fit für Next Generation Sales zu machen, erfahren Sie in diesem Artikel.

**Schnell, einfach und bequem: „Amazonisierung“ des Vertriebs**  
Sicher haben Sie es selbst bemerkt: Auf Grund der langen Lockdowns haben wir viel mehr online bestellt. Amazon und Co. haben es uns vorgemacht, wie einfach Online-Shopping sein kann. Mit wenigen Klicks bestellt, im Anschluss bequem nach Hause geliefert. Mir ist klar, dass das natürlich nicht auf jede Branche übertragen werden kann. Entscheidend ist aus meiner Sicht jedoch, dass Sie mit Ihrer Vertriebsmannschaft Ihren Kunden das gleiche Gefühl geben.

Die Vertriebswelt, wie wir sie kennen, befindet sich aktuell im Umbruch. Beleuchten Sie Ihre Strukturen und Prozesse: Was funktioniert – und was ist so umständlich, dass wertvolle Ressourcen dabei verschwendet werden? Damit meine ich nicht, dass Sie alles auf online umstellen sollten. Wir werden auch in Zukunft noch persönlich miteinander interagieren. Ich freue mich auch sehr darüber, jetzt langsam mal wieder Menschen aus Fleisch und Blut zu treffen. Doch entscheidend ist, dass Ihre Kunden zu jeder Zeit finden, wonach sie suchen. Nämlich eine Lösung für die Herausforderung, die sie aktuell haben. Können Sie das mit Ihrer bestehenden Vertriebsstruktur und den dahinterliegenden Marketingprozessen garantieren? Natürlich sind Veränderungen unangenehm. Es macht keinen Spaß, lieb-gewonnene Strukturen aufzubrechen und Prozesse neu zu definieren. Doch Sie werden nicht drum herumkommen, wenn Sie auch in Zukunft wettbewerbsfähig sein möch-

ten. Stellen Sie daher jetzt die Weichen für Next Generation Sales.

### Der Kunde und seine Bedürfnisse stehen im Fokus

Ich bin fest davon überzeugt, dass wir Vertrieb neu denken müssen. Auch wenn es hart klingt: Die Zeit des Außendienstes, wie wir ihn kennen, ist vorbei. Das bedeutet nicht, dass es gar keinen Außendienst mehr geben wird. Doch gerade, weil die Kunden jetzt vermehrt über digitale Touchpoints mit Unternehmen in Kontakt treten, verschiebt sich das Bild. Jetzt gilt es, alle Kräfte innerhalb der Company zu bündeln und dafür zu sorgen, dass alle einen gemeinsamen Fokus teilen: den Kunden und seine Bedürfnisse. Eine Differenzierung in Innen- und Außendienst wird damit überflüssig. Viel wichtiger ist es, alle Ebenen vom Marketing über den Kundenservice und die Produktentwicklung mit dem Vertrieb bestmöglich zu vernetzen, damit sie Hand in Hand arbeiten.

### Flexibel und gleichzeitig persönlich

Mir ist klar, dass es nicht damit getan ist, ein paar Dinge zu ändern. Der Wandel hin zur Sales Driven Company ist ein langwieriger und anstrengender Prozess. Die Digitalisierung von Vertriebsprozessen braucht seine Zeit – und auch Ihre Mitarbeiter müssen sich neues Wissen aneignen, um fit für die Vertriebswelt von morgen zu sein. Aktuell begleiten wir mehrere Unternehmen auf diesem Weg. Doch es gibt Themen, die Sie bereits jetzt konkret in Angriff nehmen können.

**1. Flexibilität:** Wissen Sie, wann die meisten Besucher auf Ihrer Website sind? In vielen Branchen tatsächlich abends zwischen 19 und 22 Uhr. Der Haken an der Sache: Da ist niemand mehr im Office, der das mitbekommt und auf Anfragen reagieren kann. Dabei gibt es längst Tools wie PAT-HADVICE, die Kunden direkt online abholen und ihnen eine Live-Beratung per Videochat anbieten – ohne, dass eine Software installiert oder ein Termin vereinbart werden muss. Keine Sorge, Sie sollen nicht auf ein Schichtsystem umstellen. Doch wie wäre es mit externen freien Mitarbeitern, die genau diesen Job übernehmen und abends die Anfragen von Interessenten annehmen? Damit haben wir bei unseren Kunden bereits sehr gute Erfahrungen gemacht.

**2. Kundennähe:** Je digitaler alles wird, umso größer wird gleichzeitig der Wunsch nach Nähe und Sicherheit! Sorgen Sie daher da für, dass sich Ihre Kunden nicht anonym und

allein gelassen fühlen. Das ist in erster Linie ein Appell an Ihre Verkäufer: Sie sollten sich mit Kunden online vernetzen, sie beispielsweise via LinkedIn mit relevanten Informationen und spannenden News versorgen – und bitte auch hin und wieder zum Hörer greifen und einfach einen Kuschel-call machen.

**3. Hybrider Sales:** Auch in Zukunft wird das persönliche Beratungsgespräch face-to-face seine Daseinsberechtigung haben. Es sollte allerdings nicht die einzige Option sein. Gehen Sie auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden ein – und bieten Sie ihnen die Kommunikations- und Vertriebswege, die sie sich wünschen. Das kann die persönliche Beratung vor Ort sein, der selbstständige Abschluss online über Ihre Website – oder eine hybride Lösung wie eine Videoberatung, in der der Kunde von einem Mitarbeiter durch den Prozess geführt wird und die Vertragsunterschrift dann digital erfolgt.

### Sind Sie bereit für Next Generation Sales?

Die Zeichen stehen auf Zukunft. Für mich steht fest: Die Krise hat bei den Menschen ein neues Bewusstsein geschaffen. Überall, zu jeder Zeit und so, wie es uns gerade passt – das gilt nicht mehr nur für B2C-Onlinekäufe, sondern zunehmend auch im B2B. Persönliche Interaktion darf nicht mehr der einzige Vertriebsweg sein, sondern muss zu einer Variante unter vielen werden. Entscheidend ist, dass Sie sich nicht nur darauf fokussieren, Ihre Verkaufsgespräche zu digitalisieren. Next Generation Sales bedeutet vor allem, dass Prozesse einfacher und nutzerfreundlicher werden und die Kunden ein echtes Käuferlebnis haben – online wie offline.

**Martin Limbeck**, Inhaber der Limbeck® Group, ist Wirtschaftssenator (EWS), Mitglied des BVMW Bundeswirtschaftssenats, Präsident des Club 55 und einer der führenden Experten für Sales und Sales Leadership in Europa. Der Blended-Learning-Fachmann und vierfache Bestseller-Autor hat es sich zur Aufgabe gemacht, gemeinsam mit seinem Team Unternehmen dabei zu begleiten, ihre Mannschaft fit für Next Generation Sales zu machen. Sie unterstützen Unternehmen unter anderem bei der Entwicklung ihrer digitalen Vertriebsstrategie sowie bei der Integration von digitalen Tools, KI und agilen Prozessen in bestehende Vertriebsstrukturen.



KONTAKT & BOOKING