

# Inhaltsverzeichnis

|          |                                                                                  |           |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Digitale Transformation im Vertrieb, WARUM eigentlich?</b>                    | <b>1</b>  |
| 1.1      | Vertrieb im Wandel                                                               | 3         |
| 1.1.1    | Top-Trends im Kundenverhalten                                                    | 4         |
| 1.1.2    | Top-Trends in der Vertriebstechnologie                                           | 13        |
| 1.1.3    | Top-Trends in den Vertriebsansätzen und -modellen                                | 18        |
| 1.1.4    | Top-Trends im Kundenverhalten, durch COVID-19<br>ausgelöst.                      | 25        |
| 1.2      | Die Treiber der digitalen Transformation im Vertrieb                             | 29        |
| 1.2.1    | Markt                                                                            | 29        |
| 1.2.2    | Technologie                                                                      | 31        |
| 1.2.3    | Kunde                                                                            | 32        |
|          | Literatur.                                                                       | 35        |
| <b>2</b> | <b>Digitale Vertriebstransformation: WAS ist sie wirklich?</b>                   | <b>37</b> |
| 2.1      | Digitalisierung im Vertrieb: Worüber viele reden und<br>was nur wenige verstehen | 38        |
| 2.2      | Das gut gehütete Geheimnis der Vertriebsorganisationen                           | 40        |
| 2.3      | Digitale Transformation im Vertrieb: Worum es wirklich geht                      | 43        |
|          | Literatur                                                                        | 47        |
| <b>3</b> | <b>7W-Strategie zur digitalen Transformation des Vertriebs:</b>                  |           |
|          | <b>WIE schließen wir die Lücken?</b>                                             | <b>49</b> |
| 3.1      | WAS: Value Proposition.                                                          | 53        |
| 3.1.1    | Kundennutzen                                                                     | 56        |
| 3.1.2    | Alleinstellung                                                                   | 58        |
| 3.1.3    | Vertrauensposition                                                               | 61        |
| 3.2      | WEM: Adressieren.                                                                | 63        |
| 3.2.1    | Zielkunden                                                                       | 65        |
| 3.2.2    | Zielmärkte                                                                       | 74        |
| 3.2.3    | Zielbeziehung                                                                    | 76        |

|          |                                                                                           |            |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.3      | WIE: Zugang                                                                               | 79         |
| 3.3.1    | Vertriebsmodell                                                                           | 82         |
| 3.3.2    | Vertriebskanäle                                                                           | 90         |
| 3.3.3    | Vertriebsprozess                                                                          | 94         |
| 3.4      | WARUM: Strategie                                                                          | 100        |
| 3.4.1    | Marktposition                                                                             | 103        |
| 3.4.2    | Differenzierung                                                                           | 107        |
| 3.4.3    | Zielsetzung                                                                               | 110        |
| 3.5      | WO: Positionierung                                                                        | 113        |
| 3.5.1    | Präsenz                                                                                   | 115        |
| 3.5.2    | Plattformen                                                                               | 120        |
| 3.5.3    | Netzwerke                                                                                 | 122        |
| 3.6      | WELCHE: Aktivitäten                                                                       | 125        |
| 3.6.1    | Marketing                                                                                 | 129        |
| 3.6.2    | Vertrieb                                                                                  | 139        |
| 3.6.3    | Steuerung                                                                                 | 147        |
| 3.7      | WOMIT: Ressourcen                                                                         | 157        |
| 3.7.1    | Organisation                                                                              | 161        |
| 3.7.2    | Technologie                                                                               | 180        |
| 3.7.3    | Partner                                                                                   | 187        |
| 3.8      | Entwicklungsprozess: Vom Werken zum Bewirken                                              | 192        |
| 3.8.1    | Anleitung zur Veränderung                                                                 | 192        |
| 3.8.2    | Schrittweise, aber nicht in Schritten                                                     | 194        |
| 3.8.3    | Die richtige Balance                                                                      | 195        |
| 3.8.4    | Kunden im Blick behalten                                                                  | 195        |
| 3.8.5    | Wachstum und Innovation vor Produktivität und Effizienz                                   | 196        |
| 3.8.6    | Richtige Einstellung der Führungskräfte                                                   | 196        |
| 3.8.7    | Wissen es die Berater besser?                                                             | 197        |
| 3.9      | Umsetzungsprozess: Vom Wissen zum Handeln                                                 | 198        |
| 3.9.1    | Der Weg vom Flipchart in die Realität:<br>Die Lücke zwischen Wissen und Handeln schließen | 199        |
| 3.9.2    | Eine Strategie kann nur so gut sein wie<br>der Plan zu ihrer Umsetzung                    | 202        |
| 3.9.3    | Erfolgsfaktoren                                                                           | 204        |
|          | Literatur                                                                                 | 205        |
| <b>4</b> | <b>Vertriebstechnologie: Ein Ozean an Möglichkeiten</b>                                   | <b>207</b> |
| 4.1      | Die Technologie-Perspektive                                                               | 212        |
| 4.1.1    | 3D-Visualisierung                                                                         | 213        |
| 4.1.2    | Rapid Prototyping und 3D-Druck                                                            | 214        |
| 4.1.3    | M2M und IoT                                                                               | 216        |
| 4.1.4    | Wearables                                                                                 | 218        |

|        |                                                             |            |
|--------|-------------------------------------------------------------|------------|
| 4.1.5  | Video .....                                                 | 220        |
| 4.1.6  | Collaboration .....                                         | 224        |
| 4.1.7  | Artificial Intelligence .....                               | 228        |
| 4.1.8  | Chatbots .....                                              | 233        |
| 4.1.9  | Augmented Reality .....                                     | 237        |
| 4.1.10 | Virtual Reality .....                                       | 239        |
| 4.1.11 | Big Data & Analytics .....                                  | 240        |
| 4.1.12 | Cloud-Computing .....                                       | 247        |
| 4.1.13 | Social Technology .....                                     | 251        |
| 4.1.14 | Mobile Computing .....                                      | 257        |
| 4.2    | Die Vertriebsprozess-Perspektive .....                      | 261        |
| 4.2.1  | Lead-Generierung .....                                      | 262        |
| 4.2.2  | Verkauf und Angebotslegung .....                            | 266        |
| 4.2.3  | Bestellung und Auftragsabwicklung .....                     | 269        |
| 4.2.4  | Umsetzung .....                                             | 272        |
| 4.2.5  | Kundenentwicklung .....                                     | 273        |
| 4.2.6  | Kundenkommunikation .....                                   | 275        |
| 4.2.7  | Positionierung im digitalen Raum .....                      | 277        |
| 4.2.8  | Vertriebseffizienz .....                                    | 279        |
| 4.2.9  | Vertriebssteuerung .....                                    | 281        |
| 4.3    | Die Tool-Perspektive .....                                  | 283        |
| 4.3.1  | CRM .....                                                   | 283        |
| 4.3.2  | Sales Acceleration .....                                    | 286        |
| 4.3.3  | Sales Enablement .....                                      | 287        |
| 4.3.4  | Sales Automation .....                                      | 288        |
| 4.3.5  | Sales Analytics .....                                       | 290        |
| 4.3.6  | Customer Communication .....                                | 292        |
| 4.3.7  | Lead-Generierung .....                                      | 293        |
| 4.3.8  | Sales Intelligence .....                                    | 295        |
| 4.3.9  | Customer Service .....                                      | 296        |
| 4.3.10 | Account-based Marketing .....                               | 298        |
|        | Literatur .....                                             | 300        |
| 5      | <b>Ausblick: Es gibt keinen Weg zurück .....</b>            | <b>301</b> |
|        | <b>Schlusswort: Wie komme ich eigentlich dazu ..?</b> ..... | <b>307</b> |