

2.11. DIGITALISIERUNG UND VERTRIEB ... MEHR ALS EIN BISSCHEN NEUE TECHNIK



ZIELE DIESER WERKSTATT ...

- Covid 19 hat die Welt durcheinandergewirbelt und den Digitalisierungsdruck beschleunigt. Manche Geschäftsmodelle wurden über Nacht stillgelegt, neue sind aus dem Boden geschossen. Es gilt alte Denkmuster in Frage zu stellen, Abläufe und Prozesse zu optimieren und Kundenkommunikation zu überdenken.
- Nicht nur die Neukundengewinnung sondern auch die Bestandskundenbetreuung steht vor neuen Herausforderungen.
- Erhard Jersch und Claus Ehrhardt von Beraterkompetenz Oberfranken e.V sowie Caroline Schliephake vom VBU beleuchten pragmatisch folgende Fragen:
 - Was wissen wir über unsere Kunden?
 - Was brauchen und wollen die Kunden jetzt?
 - Welche Kunden wollen wir und müssen intensiver betreut werden?
 - Was ist wie digital möglich?
 - Welche (digitalen) Werkzeuge kann man „hands-on“ verwenden?
 - Wie schaffen wir es, die Vertriebler richtig einzubinden?

WERKZEUGE

- Methodische Vorgehensweise
- Kundenzentrierte Strategie
- Richtige Einbindung der Mitarbeitenden
- Arbeiten mit unterschiedlichen Erfolgsfaktoren
- Priorisierungsmethoden
- Umfangreiches Handout für Umsetzung im Unternehmen

INHALTE

- Ansatzpunkten zur Optimierung: wo sind Möglichkeiten, den bestehenden Vertriebsansatz unter Berücksichtigung der digitalen Möglichkeiten zu verbessern?
- Positionsbestimmung und Ausgangssituation im Unternehmen
- Die „Black-box Kunde“: wie können wir die Kunden für uns transparenter machen.
- Zieldefinition: wie setzen wir die richtigen Ziele?
- Identifikation der USPs (Alleinstellungsmerkmale)
- Diskussion über Musterbeispiele
- Hürden und Hindernisse bei der Umsetzung
- Einbindung der Mitarbeiter
- Was auf keinen Fall passieren darf

WAS DABEI HERAUSKOMMT...

Musterbeispiele

MODERATOREN: CAROLINE SCHLIEPHAKE / ERHARD JERSCH / CLAUD EHRHARDT