

EIN VERTRIEBSLABOR FÜR ALLE FÄLLE

DAS STEINBEIS-BERATUNGSZENTRUM VERTRIEBSANALYTIK UNTERSTÜTZT START-UPS IN VERTRIEBSTHEMEN – MIT BEEINDRUCKENDEN ERGEBNISSEN

Der Vertrieb hat sich in den letzten drei Jahren umfassend verändert: Messen sind ausgefallen, persönliche Kontakte waren beschränkt und die Kommunikation fand zum größten Teil online statt. Kurz vor der Pandemie hat das Steinbeis-Beratungszentrum Vertriebsanalytik ein Vertriebslabor ins Leben gerufen, mit dem Ziel Verkäufer, gerade unter schwierigeren Voraussetzungen, bei ihrer Arbeit zu unterstützen. Dort können Vertriebsthemen auf dem Markt getestet, Erkenntnisse über Neukundengewinnung gesammelt und Vertriebsstrategien für neue Geschäftsmodelle entwickelt werden.



Normalerweise werden Vertriebsthemen durch einfache Befragungen validiert, doch gerade im Bereich des Neukundengeschäfts können diese sehr ungenau sein. Winfried Küppers, Steinbeis-Unternehmer am Steinbeis-Beratungszentrum (SBZ) Vertriebsanalytik, setzt mit seinem Vertriebslabor genau an diesem Punkt an: Hier werden Dienstleistungen, Produkte und Transferleistungen auf dem Markt angeboten und die Reaktionen gemessen. Welche Argumente wecken bei Entscheidern das Interesse? Wie sieht eine optimale Trigger Line aus? Welche Methode hat bei welchem Produkt die besten Erfolgsaussichten? In welcher Preisspanne sind As-a-Service-Lösungen erfolgreich? Basierend auf diesen Fragen wurden im Vertriebslabor des SBZ Vertriebsanalytik über die Pandemiezeit zehntausende Gespräche und Messungen durchgeführt. Sie zeigten, wie sich der Vertrieb in den letzten

Jahren verändert hat und wo das neue „Normal“ erwartet wird. „Dieses Wissen, verbunden mit dem Angebot, das Neukundengeschäft von Partnern voranzubringen, erfreut sich momentan großer Nachfrage“, freut sich Winfried Küppers.

STARTHILFE FÜR START-UPS

Gerade Start-ups, aber auch neue Business Units von bestehenden Unternehmen, haben aktuell teilweise Schwierigkeiten, genügend Aufmerksamkeit zu erzeugen, was unter anderem durch den Wegfall von Messen sowie das Fehlen von Vertriebsmitarbeitern und eines Chief Sales Officers (CSO) bedingt ist. Das Vertriebslabor des Steinbeis-Beratungszentrums Vertriebsanalytik bietet Unternehmen eine Möglichkeit schnell und ohne lange Lernschleifen erfolgreich zu agieren, indem es Unterstützung bei Themen wie Neukundenansprache, Vertragsgestaltung, Abrechnungsmodi und Zielgruppenanalyse bietet. „Darüber hinaus können wir über unser weitreichendes Netzwerk direkten Zugang zu potenziellen Neukunden herstellen“, erklärt Winfried Küppers. So kam auch der Kontakt zwischen dem deutsch-israelischen Start-up Inspekto und V-ZUG, dem führenden Schweizer Premium-Küchengeräte-Hersteller, zustande. Vanessa Pfau, Prokuristin von Inspekto, sagt rückblickend: „Wir konnten direkt mit dem Entscheider sprechen und sehr ehrliche, offene Gespräche führen – Steinbeis hat uns da eine besondere Tür geöffnet.“

Ein weiteres Start-up, das auf das Steinbeis-Team aus Hilzingen zukam, ist Caddon. Das Technologie-Start-up führt datenbasierte Farbprüfungen auf Spektralebene für insbesondere mehrfarbige und gemusterte Materialien durch: So kann zum Beispiel ein Teppich für die Innenausstattung eines Autos genau auf den verbauten Kunststoff abgestimmt sowie visuell und messtechnisch in einem digitalen Datensatz

dargestellt werden. Da die Geräte und die Software recht aufwendig sind, wurde mithilfe des Vertriebslabors und weiteren Experten aus dem Finanzierungsbereich erforscht, welches Abrechnungsmodell sich eignet und ein entsprechendes Konzept erstellt.

VERTRIEB VON TRANSFERLEISTUNGEN

Eine weitere Erkenntnis aus den vergangenen zwei Jahren war, dass der Vertrieb von Transferleistungen komplett neu gedacht werden muss. Vor diesem Hintergrund hat das Vertriebslabor des Steinbeis-Beratungszentrums Vertriebsanalytik einen neuen Ansatz entwickelt, von dem nicht nur Unternehmen im Steinbeis-Verbund, sondern auch darüber hinaus profitieren, so wie die SCHUNK GmbH & Co. KG. Der Automatisierungsexperte wollte proaktiv auf potenzielle Kunden zugehen und ihnen im Rahmen eines Workshops zeigen, was aktuell alles mit Robotern möglich ist. Um mit dem Angebot eine nachhaltige Wirkung zu erzielen, sollten möglichst viele Entscheider daran teilnehmen, um so die grundlegenden Automatisierungspotenziale in ihren Unternehmen zu erkennen. Das Vertriebslabor kümmerte sich um die telefonische Kaltakquise und konnte mit der richtigen Ansprache das Interesse von 28% der angerufenen Firmen so weit wecken, dass sie direkt am Telefon einen Termin vereinbarten. Sebastian Höpfl, Vice President Produktvertrieb und Produktmanagement bei SCHUNK und verantwortlich für das Projekt, freut sich: „Die Geschwindigkeit, mit der wir durch die konzentrierte Zusammenarbeit zwischen SCHUNK und Steinbeis zu großartigen Ergebnissen gekommen sind, hat die Teams auf beiden Seiten begeistert. Die Rückmeldungen der Kunden zu den Workshops waren durchweg positiv.“ Deswegen hat SCHUNK bei der Konzeption seines Auftritts auf der Automations- und Robotik-Messe automatica im Juni 2022 auf die Unterstützung





➔ Winfried Küppers im Gespräch mit Inspekto-Prokuristin Vanessa Pfau.

➔ Zufriedene Gesichter auf der Messe automatica: Winfried Küppers (li.) und Sebastian Höpfl, Vice President Produktvertrieb und Produktmanagement bei SCHUNK

der Steinbeis-Experten gesetzt und das mit Erfolg: Durch das neue Konzept ergaben sich Folgegespräche mit zwei Dritteln der Standbesucher. Winfried Küppers bestätigt: „Das Standpersonal auf der Messe war mit Abstand eines der besten, das ich je erleben durfte. Es war auffällig, dass der Messestand von SCHUNK durchgängig voll war, während viele andere kaum Besucher zu verzeichnen hatten.“

Auch mit der HUMMEL Systemhaus GmbH & Co. KG, einem führenden Anbieter von unter anderem Ladeinfrastruktur, hat das Steinbeis-Team bereits erfolgreich zusammengearbeitet. Nachdem das Familienunternehmen vor einigen Jahren von der Ed. Züblin AG gekauft wurde, steht nun die Skalierung auf dem Plan. Um veralteten Wissensständen und Vorbehalten entgegenzuwirken, hat Frank Hummel, geschäfts-

führender Gesellschafter, mit seinem Team ein Konzept zur Wissensvermittlung und eine App entwickelt, um den Bedarf an Ladeinfrastruktur festzustellen. Das Steinbeis-Beratungszentrum Vertriebsanalytik übernahm die Aufgabe, das Konzept am Markt zu erproben, Termine mit potenziellen Neukunden zu vereinbaren und den Zugang zu Entscheidern zu ermöglichen. Frank Hummel sieht, welche Früchte die Zusammenarbeit mit den Steinbeis-Experten hervorgebracht hat: „Die Geschwindigkeit, mit der wir mit namhaften Firmen in den Austausch kamen und im Anschluss ein konkretes Projekt durchführen konnten, hat unser gesamtes Team beflügelt. Unsere Mitarbeiter wurden von Winfried Küppers und seinem Team geschult, sodass sie jetzt selbst in der Lage sind, Transferleistungen und Kundenprojekte zu akquirieren.“



WIE DAS VERTRIEBSLABOR DES SBZ VERTRIEBSANALYTIK SEINE KUNDEN UNTERSTÜTZT:

- In Vorträgen für Unternehmen werden Informationen zum neuen „Normal“ im Vertrieb und Tricks aus der Praxis weitergegeben.
- In Workshops und Impulstrainings werden Vertriebsteams und Führungskräfte in der Praxis geschult und das Wissen wird auf die eigenen Gegebenheiten angepasst.
- Die Kaltakquise-Einheit stellt Kontakt zu interessierten Entscheidern und potenziellen Kunden her.
- Beim Vertrieb von neuen, oft digitalen Geschäftsmodellen wird die Kundenansprache aufgebaut und direkt am Markt getestet.

WINFRIED KÜPPERS

winfried.kueppers@steinbeis.de (Autor)



Steinbeis-Unternehmer
Steinbeis-Beratungszentrum
Vertriebsanalytik (Hilzingen)

www.steinbeis.de/su/2159
www.steinbeis-vertriebsanalytik.de