

Digitaler Kundendialog eröffnet neue Spielräume

Die Digitalisierung verändert die Industrie nachhaltig. Das gilt auch für den Technischen Vertrieb. Sie ersetzt den Verkauf nicht, aber sie schafft neue Spielräume. Wer die Digitalisierung nutzt, dem gehört die Zukunft.

Die Digitalisierung verändert nachhaltig alle Bereiche der Industrie. Was in Entwicklung und Produktion schon als Veränderungsprozess angestoßen ist, löst beim Vertrieb noch lebhaft Diskussionen aus. Dabei wandelt sie den Kundendialog im Vertrieb seit Jahren. Stellt sich der Technische Vertrieb der Digitalisierung und denkt konsequent aus Kundenperspektive, bieten sich ganz neue Chancen für Leadgewinnung und Kundenbindung. Dazu öffnet lösungsorientiertes Denken Türen zu neuen Märkten und Zielgruppen.

Der digitale Vertriebsprozess beginnt im Web

Die im Consumer-Bereich oft im Fokus stehende Automatisierung der Abläufe, etwa durch Online-Shops oder Leadgewinnung durch Marketing Automation, sind bei erklärungsbedürftigen Lösungen oder Investitionsgütern nur ein Teilaspekt. Denn hier kommt es darauf an, die Kernkompetenzen des Technischen Vertriebs – Kenntnis der Zielgruppe, Beratungsexpertise, Problembewusstsein – von Anfang an in die digitale Kommunikation zu integrieren: Das beginnt mit der Identifikation der Zielgruppen über neue Wege der Leadgewinnung und der Begleitung des Entscheidungsprozesses bis hin zum Abschluss. Über diesen gesamten Verlauf löst die Digitalisierung einen großen Wandel aus, setzt aber auch enorme Potenziale frei – gerade für global agierende mittelständische Unternehmen.

Kompakt

- Die Digitalisierung ist eine große Chance für den mittelständischen Technischen Vertrieb.
- Kundenorientierung ist hierbei der Schlüssel zum Erfolg.
- Nie war es für den Mittelstand einfacher, neue Zielgruppen, Branchen und Märkte zu erobern.

Fast jeder Beschaffungsprozess beginnt heute online. Dabei geht es um die Suche nach Problemlösungen, nicht nach Produkten oder Anbietern. Schon hier, außerhalb des direkten Einflussbereichs des Vertriebs, startet der Dialog. Anbieter kommunizieren via Website, in sozialen Medien oder Videobeiträgen mit Kunden. Diese tauschen sich über Foren, Netzwerke oder Bewertungen und Erfahrungsberichte aus. Erst dann kommt es zur Anfrage, zu identifizierbaren Leads und zum Kontakt mit dem Technischen Vertrieb.

„Wer heute online sucht, sucht nach der Lösung für sein Problem – nicht nach einem Produkt oder Anbieter.“

Wer erst bei der konkreten Anfrage in den Kommunikationsprozess einsteigt, vergibt die Chance, frühzeitig die Weichen zu seinen Gunsten zu stellen. Wer das Potenzial der Digitalisierung hingegen aktiv nutzt, legt den vertrieblichen Prozess an den Beginn – und startet die Kommunikation mit der Zielgruppe schon, wenn diese das erste Browserfenster öffnet.

Kundenorientierung als Schlüssel

Digitalisierung heißt für den Technischen Vertrieb vor allem, bereits die Phase zwischen Sucheingabe und Kontaktaufnahme als Teil des Vertriebsprozesses zu verstehen und hier die Weichen für die Leadgewinnung zu stellen. Kundenorientierung ist dabei der Schlüssel zum Erfolg. Denn der digital erfolgreiche Technische Vertrieb denkt aus der Perspektive des Kunden. Er ändert den Blickwinkel von „Wer braucht mein Produkt?“ zu „Welches Problem führt zu meiner Lösung?“. Dabei muss der Vertrieb die Probleme, Anforderungen und Bedürfnisse der Kunden identifizieren und gemeinsam mit dem

Marketing in ein intuitives digitales Kommunikationskonzept transformieren. Je besser der Technische Vertrieb den digitalen Entscheidungsprozess seiner Zielgruppen, die Customer Journey, versteht und sie im Sinne des Kundenbedürfnisses abbildet, desto erfolgreicher ist die Leadgewinnung.

„Der digital erfolgreiche Technische Vertrieb denkt von der Aufgabenstellung zum Produkt.“

Digitale Vertriebskommunikation in der Praxis

Mit der Idee des B2B-Inbound-Marketings beginnt vertriebliche Kommunikation bereits mit dem Bereitstellen von kunden- und lösungsorientiertem Content im Web und dem dazu passenden Suchmaschinenmarketing. Gerade in sozialen Medien lassen sich Zielgruppen dazu exakt ansprechen. Social Selling ist als direkte Ansprache potenzieller Kunden in Business-Netzwerken eine wichtige Erweiterung der Kaltakquise. Soziale Netzwerke dienen überdies als ideale Plattformen, um die eigene Expertise zu zeigen. Sie sind ein soziales Umfeld, in dem der Vertrieb glaubwürdig mit der Zielgruppe in einen kontinuierlichen Dialog treten kann.

Neue Märkte und neue Zielgruppen als Lohn

Zusätzliches Potenzial der Digitalisierung ist ein erweiterter Aktionsradius. Die digitale Kommunikation sucht nicht Kunden zum Produkt, sie bietet das Produkt allen suchenden potenziellen Kunden an. Erfolg hat, wer sich aus Kundenperspektive schnell in neue Anforderungen und Branchen hineindenkt und dies überzeugend vermittelt.

Die handelnden Personen im Technischen Vertrieb bleiben jedoch auch digital der entscheidende Faktor. Digitale Kanäle ersetzen den Vertrieb nicht, sie erweitern seine Möglichkeiten. Mittelständische Unternehmen können mit digitalen Vertriebskanälen ihre Vertriebsaktivitäten hocheffizient ausweiten. Dazu ist die Kompetenz des Technischen Vertriebs mehr denn je gefragt. Er muss sie nur nutzen. ■



Autor

Frank Hussendörfer

ist Geschäftsführer der Punktum Werbeagentur in Bad Vilbel. Er ist aktiv im VDI-Ausschuss „Sales and Marketing“ sowie Mitglied im Vorstand des VDI-Fachbeirats „Technischer Vertrieb und Produktmanagement“.
E-Mail: hussendoerfer@punktum.eu

Digitaler Kundendialog



Kreutzer, R. T.: Mit Kundendialogen zum Unternehmenserfolg, in: Kreutzer, R. T.: Kundendialog online und offline, Wiesbaden 2021, <https://go.sn.pub/9UFWy0>

Terstiege, M.: Optimierung von Marketing- und Vertriebskommunikation mittels KI, in: Terstiege, M.: KI in Marketing & Sales – Erfolgsmodelle aus Forschung und Praxis, Wiesbaden 2021, <https://go.sn.pub/DQSOad>

Kreutzer, R. T.: Acht Handlungsfelder zum Aufbau einer Digital Excellence, in: Kreutzer, R. T.: Toolbox für Digital Business, Wiesbaden 2021, <https://go.sn.pub/LeQpmy>

Krah, E.-S.: So digitalisieren Sie Ihren Vertrieb, Online-Beitrag, Wiesbaden 2020, <https://go.sn.pub/yvneJQ>

Weitere Digitaltipps

Link

- Erfolgreiche Vertriebskommunikation in 6 Schritten
<https://go.sn.pub/Kommunikationstipps>

Studie

- Kundendialog 2025 - Der Dialog zwischen intelligenten Systemen
<https://go.sn.pub/Kundendialog>