

WHITE PAPER
2021

PROMX



Lüften Sie das Geheimnis des Erfolgs: **Wie Sie Ihre Vertriebsprozesse ankurbeln**

Inhalt

1. Einleitung	3
2. Was bedeutet Sales-Automatisierung?	4
Der Schlüssel zum Vertriebserfolg.....	5
Was eine gute Vertriebssoftware kann.....	6
Vorteile der Vertriebsautomatisierung.....	6
3. Unsere empfohlene Lösung	7
Wie Sie Kundenbedürfnisse in echte Verkaufschancen umwandeln.....	8

Einleitung

Wie können erfolgreiche Verkaufsteams in einer Zeit des ständigen Wandels vorhersehbare und skalierbare Ergebnisse liefern? Eine Frage, die Sie sich sicherlich schon gestellt haben, wenn Sie im Bereich Vertrieb arbeiten. Denn Sie stehen vor vielfältigen Herausforderungen:



Rasante
Veränderung
von Käufer-
präferenzen



Plötzliche
Änderungen
der Geschäfts-
aussichten



Dynamische
Entwicklung
von Mitbewer-
bern



Was Sie jetzt brauchen, ist eine effektive Strategie sowie ein passendes Tool, um Ihre Vertriebsprozesse automatisieren und damit optimieren zu können. In diesem Whitepaper erklären wir Ihnen, was Vertriebsautomatisierung ist und wie Sie Ihre Arbeit verbessern wird. Außerdem stellen wir Ihnen die von uns empfohlene **Lösung Microsoft Dynamics 365 Sales** vor.

Was bedeutet Sales-Automatisierung?

Vertriebsautomatisierung bedeutet, manuelle und zeitaufwendige Aufgaben im Vertrieb mithilfe von Software, Künstlicher Intelligenz (KI) und anderen digitalen Werkzeugen zu unterstützen. Sales-Automatisierung könnte die Antwort auf all Ihre Probleme im Vertrieb sein.

- Sie haben einen Deal verloren, weil Sie vergessen haben nachzufassen?
- Sie haben kostbare Zeit damit verbracht, Opportunities oder Leads zu Ihrem CRM hinzuzufügen?
- Sie haben ein wichtiges Detail in Ihrem Verkaufsprozess lange übersehen?
- Sie haben zu viel Zeit damit verschwendet, Ihre Akten zu durchsuchen, um ein bestimmtes Dokument zu finden?

Vor allem die Automatisierung von Standardaufgaben ist einfach umzusetzen. Eine Untersuchung des McKinsey Global Institute (MGI) hat ergeben, dass sogar etwa ein Drittel aller Aufgaben im Bereich der Vertriebsprozesse mit der heutigen Technologie leicht automatisiert werden kann.

Mehr als 30% der vertriebsbezogenen Aktivitäten können automatisiert werden

■ Mit moderner Technologie hochgradig automatisierbar

Wertschöpfungskette im Vertrieb	Exemplarische Aktivitäten	Automatisierungspotenzial von Aufgaben innerhalb vertrieblicher Teilbereiche	
		Prozentsatz der Gesamtaktivitäten (Schätzung von oben nach unten)	
1. Vertriebsstrategie und Planung	Prognosen, Channel-Strategie, Ressourcenzuweisung, Personalmanagement	29%	71%
2. Identifizierung und Qualifizierung von Leads	Pipeline-Management, Aktionspläne für neue und bestehende Kunden	13%	87%
3. Konfiguration, Preisgestaltung und Angebot	Festlegung von Kontingenten, Konfiguration von technischen Lösungen, Verhandlung, Vertragsabschluss	43%	57%
4. Auftragsmanagement	Bonitätsprüfung, Rechnungsstellung, auftragsbezogene Serviceabwicklung	50%	50%
5. Nachträgliche Vertriebsaktivitäten	Regelmäßige Nachfassaktionen, Bearbeitung von eingehenden Anfragen (z. B. für Ersatzteile, Reparaturen)	40%	60%
6. Strukturförderung	Reporting, Analysen, Schulungen, Bereitstellung von vertriebsunterstützenden Materialien, administrative Aufgaben	25%	75%
Gesamt:		31%	69%



Der Schlüssel zum Vertriebserfolg

Die folgenden Punkte sind entscheidend, um Ihre Verkaufsprozesse verbessern zu können. Demnach stellen sie auch gewisse Anforderungen an eine optimale Softwarelösung.



Daten sind das Herzstück des Verkaufsprozesses

Eine Anwendung für den Vertrieb muss die Verwaltung und Synchronisierung von Lead-, Account- und Opportunity-Daten unterstützen. Leistungsstarke Vertriebsabteilungen brauchen frei zugängliche, einheitliche Daten und Vertriebstools.

VerkäuferInnen brauchen ein präzises Gesamtbild der Abläufe

Für die effiziente Entwicklung eines Maßnahmenplans und einer Strategie ist es wichtig, Daten aus verschiedenen Quellen zu bündeln. VertriebsmitarbeiterInnen müssen Muster und Zusammenhänge dieser Daten auslesen können, um zu wissen, wie InteressentInnen mit Verkaufsinhalten umgehen.



Die richtigen Tools ermöglichen ein umfassendes Engagement

Mit dem Zugang zu passender CRM-Software haben Vertriebsteams die Möglichkeit, InteressentInnen in großem Umfang zu binden. Ein darin vordefinierter Verkaufsprozess macht es einfacher, Leads durch den Sales-Funnel zu führen.

Die Zusammenarbeit von Vertrieb und Marketing ist essenziell

Die Abstimmung zwischen Vertrieb und Marketing ist für das Erreichen der Umsatzziele entscheidend. Die Bereitstellung von Feedback zwischen den Abteilungen ist dabei genauso wichtig wie der Austausch von Berichten und Erkenntnissen.



**Wir empfehlen Ihnen auch unser Whitepaper
zum Thema Marketing-Automatisierung**

Was eine gute Vertriebssoftware kann

Vertriebssoftware unterstützt die Aufgaben im Vertriebscontrolling, in der Vertriebssteuerung sowie im Außendienst. Eine gute Lösung muss daher

- auch mobil nutzbar sein und ortsunabhängig den Zugriff auf alle Informationen gewähren.
- Kontakte und Projekte von Anfang an bis zum Abschluss verwalten können (z. B. Anzeige von Kontakthistorien und Änderung des Projektstatus).
- die Erstellung von Newslettern und Serienmails ermöglichen.
- Datenimport und -export leisten.
- Prognosen und Auswertungen erstellen können.

Vorteile von Vertriebsautomatisierung

Von der Vertriebsautomatisierung profitieren Ihr Unternehmen, Ihr Vertriebsteam und Ihr Gewinn in mehrfacher Hinsicht. Denn sie ...

- steigert die Produktivität und Leistung Ihrer Vertriebsmitarbeiter.
- steigert Ihre Effizienz.
- verbessert die Genauigkeit und beschleunigt Ihren Verkaufsprozess.
- stellt sicher, dass Ihnen keine Leads verloren gehen.
- ermöglicht mit Lead- und Opportunity-Scoring wahrscheinlichere potenzielle Kunden von anderen zu unterscheiden und das zu erwartende Umsatzpotenzial vorherzusagen.
- optimiert die Qualität Ihrer Vertriebsaufgaben.
- reduziert die Reaktionszeit, was die Kundenzufriedenheit erhöhen kann.
- hält die Vertriebsdaten in Ihrer Vertriebsorganisation konsistent.
- ermöglicht die effiziente Nutzung ansonsten knapper Ressourcen (wie ein kleines Vertriebsteam oder ein kleines Budget).



Wir empfehlen: Microsoft Dynamics 365 Sales

Mit Dynamics 365 Sales können Sie

- durch KI-gestützte Beratung vertrauensvolle Beziehungen aufbauen.
- Vertriebsabläufe automatisieren und so die Produktivität steigern.
- mit Beziehungsanalysen und Einblicken in Geschäftsabschlüsse die Umsätze erhöhen.
- Entscheidungen auf der Grundlage von Echtzeitdaten und neuen Trends treffen.
- durch Social Intelligence die Stimmung von Verbrauchern nachvollziehen.

Die Lösung umfasst:

Automatische Checklisten-Erstellung

Dank Künstlicher Intelligenz ist es möglich, Ihren MitarbeiterInnen die passende Interaktion zum richtigen Zeitpunkt vorzuschlagen. Wird eine E-Mail geöffnet, kann KI die Aufgaben im Kundenservice automatisieren und eine Checkliste für das weitere Vorgehen erstellen.

E-Mail-Nachverfolgung

Mit der E-Mail-Nachverfolgung können Sie sehen, wenn EmpfängerInnen Ihre Nachricht geöffnet, einen Link angeklickt, einen Anhang geöffnet oder eine Antwort gesendet haben. So wird die vollständige Interaktionshistorie für jede Nachricht angezeigt und entsprechende Key Performance Indicators (KPIs) berechnet.

KI-Assistenz

Die eingebaute künstliche Intelligenz ist in der Lage, Sie bei der Kommunikation mit potenziellen KundInnen zu unterstützen. Der KI-Assistent erkennt den Inhalt von E-Mail-Anfragen, in denen um Rückmeldung gebeten wird, und sendet Ihnen eine Erinnerung, um dem Kunden rechtzeitig zu antworten.

Geschäftsprozesse im Vertrieb

In Dynamics 365 Sales ist ein Lead ein potenzieller Kunde, der als Verkaufschance qualifiziert oder disqualifiziert werden muss. Sobald ein Lead Ihre Kriterien erfüllt, ist er bereit für die Qualifizierung. Damit kann er in eine Verkaufschance, ein Konto oder einen Kontakt umgewandelt werden.

Lead- und Opportunity-Scoring

Setzen Sie transparente und realistische Vertriebsaktivitäten ein und identifizieren Sie Ihre aussichtsreichsten Leads und Opportunities anhand von Bewertungsregeln, um die Priorität Ihrer potenziellen Kunden einschätzen zu können.



Erstellung von Prognosen

Mit Prognosen kann vorausgesagt werden, wie viel Umsatz Ihr Vertriebsteam in einem bestimmten Zeitraum erzielen wird. Damit können Sie die erbrachten Leistungen im Vergleich zu Ihren Zielen verfolgen und Risiken identifizieren, die die Zielerreichung gefährden könnten.

Dynamics 365 Sales ist eine innovative Lösung für das Vertriebsmanagement, die dabei hilft, Leads mithilfe von KI und Maschinellem Lernen zu kategorisieren und zu bewerten. Sie ist für den Einsatz in unterschiedlichen Unternehmen und Branchen geeignet und lässt sich flexibel an individuelle Businessanforderungen anpassen.

Wie Sie Kundenbedürfnisse in echte Verkaufschancen umwandeln können

Wenn Ihr Unternehmen mit den erforderlichen Werkzeugen für eine kundenzentrierte Arbeit ausgestattet ist, können Sie nicht nur vertrauensvolle Beziehungen zu Ihren KundInnen aufbauen, sondern auch hilfreiche Erkenntnisse gewinnen, um aus Kundenbeziehungen Umsätze zu generieren.

Mit Microsoft-Technologien zum Erfolg:

Zentrale 360-Grad-Sicht auf jeden Kunden

Der zentrale Datenspeicher mit genauen und zuverlässigen Daten innerhalb von Dynamics 365 Sales unterstützt Sie bei der Identifizierung, Priorisierung und beim Abschluss von Opportunities.

Unmittelbarer Einblick in nicht erfüllte Kundenbedürfnisse

Verpassen Sie es nicht, unbeantwortete Kundenwünsche zu erfüllen. Mithilfe eines in Dynamics 365 eingebetteten Power BI-Dashboards können Sie beispielsweise Verkaufschancen effektiv identifizieren und die nächsten Maßnahmen zur Erfüllung der Kundenanforderungen planen.

Verstärkter Fokus auf Kunden und potenzielle Opportunities

Dynamics 365 Sales macht es möglich, detaillierte Kundendaten unkompliziert eingeben und jederzeit während eines Kundengesprächs darauf zugreifen zu können. So behalten Sie den Fokus.

Grundlage für weitere Transformationen

Durch die Nutzung von Microsoft-Technologien erhalten Sie nützliche Einblicke in Produkteigenschaften und -funktionen, mit denen Sie auch weitere Geschäftsbereiche erweitern und optimieren können. So finden Sie für jede Herausforderung die passende Geschäftsanwendung.

Wir unterstützen Sie bei Ihrem Projekt

Der ideale Partner bei der digitalen Transformation ist nicht nur ein Experte, was Theorie und Technologie angeht. Er kennt sich auch in der Branche des Kunden aus. Unsere Berater sind mit den Prozessen, Prioritäten und Herausforderungen verschiedener Branchen vertraut. Kontaktieren Sie uns!

www.proMX.net

www.proRM.net

-  **look@proMX.net**
-  **+49 (9 11) 81 52 3-0**
-  **+1 (786) 600-3688**

