

Das neue Verkaufszeitalter: vernetzen – produktiv arbeiten – Erfolg und Wachstum sichern

Aktualisiert im Juni 2015

Erfahren Sie mehr im Web:
www.microsoft.de/crm



Inhalt

Überblick	3
Der Business-to-Business-Kunde von heute	4
Effektiver verkaufen – mit Lösungen von Microsoft	5
Mehr Verkaufserfolg dank sozialer Netzwerke	6
Echtes Teamselling	7
Modernisierung von Abläufen	8
Ihr Verkaufsbüro – überall und jederzeit verfügbar	9
Fazit	10
Quellen	11

Überblick

Neue Technologien haben den Vertrieb in jüngster Zeit völlig revolutioniert. Einerseits haben sie das Verkaufen anspruchsvoller gemacht, da Kunden die meisten Informationen, die sie benötigen, online erhalten und Kaufentscheidungen auf dieser Basis weitgehend eigenständig treffen. Andererseits können Technologien – gezielt eingesetzt – den Vertriebsprozess heute erheblich vereinfachen und Verkäufer darin unterstützen, sich an die neue Customer Journey anzupassen sowie effizienter und erfolgreicher zu agieren als je zuvor.

Heutzutage sind Informationen wie Produktbeschreibungen, Kundenbewertungen und Preisvergleiche so gut wie überall im Internet oder über soziale Netzwerke verfügbar. Auch Einkaufsbeauftragte in Unternehmen machen Gebrauch von diesen Informationen – meist lange bevor sie einen Lieferanten verpflichten. Nach ihrer Entscheidung für einen Anbieter erwarten sie von diesem rasche Antworten und einen Service, der genau auf die Bedürfnisse ihrer Organisation zugeschnitten ist.

Damit Vertriebsorganisationen und ihre Mitarbeiter effektiver auf diese gut informierten und anspruchsvollen Käufer eingehen können, ist ein Paradigmenwechsel erforderlich.

Eine wichtige Rolle spielen heute beispielsweise soziale Netzwerke, um Beziehungen zu Interessenten und Kunden zu pflegen und zu Ihrem Vorteil zu nutzen. Zudem benötigen Sie Technologien, die Ihnen zu mehr Agilität verhelfen. In diesem E-Book stellen wir die Vision von Microsoft für Organisationen im neuen Verkaufszeitalter vor. Technologie fungiert dabei als Motor, um mehr Abschlüsse mit weniger Aufwand erzielen zu können. Anhand konkreter Beispiele wird gezeigt, wie Microsoft-Lösungen im Vertrieb dazu beitragen, noch produktiver und erfolgreicher zu agieren.

Der Business-to-Business- Kunde von heute

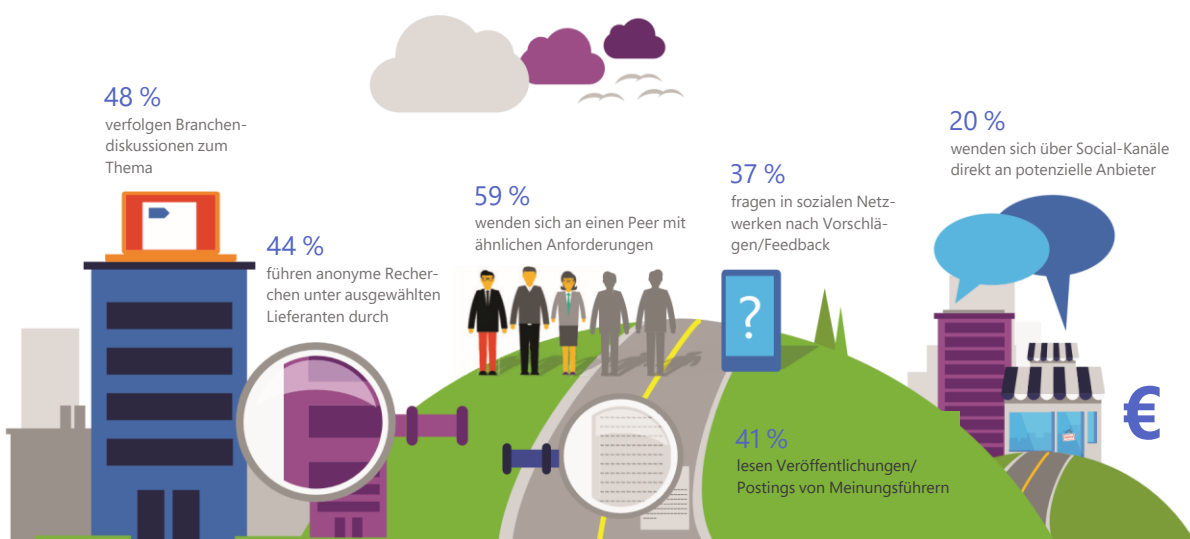
Die meisten Verkäufer haben es längst erkannt: Die Kaltakquise ist zum Auslaufmodell geworden. Für einen Mitarbeiter im Telesales liegt die Chance bei lediglich drei Prozent, dass sich ein potenzieller Kunde auf einen Anruf zurückmeldet. Bei einer Marketing-E-Mail beträgt die Antwortrate sogar noch weniger als drei Prozent.¹ Kontaktaufnahmen mit potenziellen Kunden, ohne genau zu wissen, was sie benötigen, sind also mit hoher Wahrscheinlichkeit erfolglos.

Die Mehrheit der Käufer bevorzugt es, auf eigene Initiative mit Anbietern Kontakt aufzunehmen. Und bevor sie sich an ein Unternehmen wenden, haben sie in der Regel ihre Bedürfnisse bereits weitgehend selbst ermittelt und einen Anforderungskatalog definiert. Sie suchen aktiv nach der besten Lösung und recherchieren dafür auf den Websites von Anbietern, befragen Kollegen und initiieren oder verfolgen Unterhaltungen in sozialen Netzwerken.

Angesichts der Fülle von Informationen, an welche jeder von uns selbstständig gelangen kann, überrascht es nicht, dass bereits 57 Prozent des Kaufprozesses abgeschlossen sind, bevor ein Kunde Kontakt mit einem Anbieter aufnimmt, über den er recherchiert hat.² Tatsächlich gehen neue Interaktionen im B2B-Umfeld zu 80 Prozent von der Einkäuferseite aus – mit einer konkreten Vorstellung davon, was benötigt wird.³

Die Vorstellung, über 57 Prozent des Vertriebsprozesses nicht selbst in der Hand zu haben und auf die Kontaktaufnahme durch potenzielle Kunden warten zu müssen, bereitet Vertriebsleitern natürlich ein gewisses Unbehagen. Microsoft bietet Ihnen überzeugende Lösungen, mit denen Sie Ihre Vertriebsprozesse modernisieren können, um sich an diese neue Realität anzupassen.

Der Weg von B2B-Käufern⁴



Effektiver verkaufen – mit Lösungen von Microsoft

Mithilfe professioneller Lösungen für den Vertrieb können Organisationen ihre Verkaufsstrategien effektiv neu ausrichten. Das Lösungsangebot von Microsoft sorgt in fünf Kernbereichen für Verbesserungen: mobiles Arbeiten, Social CRM, Teamselling, Prozessautomatisierung und Analysen. Auf diese Weise können sich Vertriebsteams leichter auf das Wesentliche konzentrieren, Abschlüsse beschleunigen, indem sie überzeugende und differenzierte Kundenerlebnisse bieten, und letztlich einfach mehr verkaufen.

Microsoft bietet mit Microsoft Dynamics CRM Online und der Interoperabilität mit Microsoft Office 365, Yammer und Power BI eine durchgängige, hoch produktive Arbeitsumgebung. Verkäufer können all ihre Aufgaben an zentraler Stelle erledigen – von der Anzeige von Leads und der Recherche zu Unternehmen über die Suche nach sozialen Verbindungen und die Kommunikation mit Interessenten bis hin zu Einblicken in Verkaufsergebnisse und die Erstellung von Angeboten. Jeder Verkäufer erhält auf einer modernen Benutzeroberfläche sämtliche benötigten Kontextinformationen, was das Wechseln zwischen verschiedenen Anwendungen überflüssig macht und unmittelbar für mehr Produktivität sorgt.

Microsoft-Lösungen für das gesamte Anforderungsspektrum im Vertrieb:⁵

Vertriebsleiter

- Tief greifende Einblicke und mehr Transparenz
- Einfache Identifizierung neuer Geschäftschancen
- Etablierung einer kundenzentrierten Vertriebsorganisation

Abteilungsleiter

- Planungswerkzeuge und Steuerung zentraler Kennzahlen (KPIs)
- Transparenz, um Mitarbeiter zu übertreffen
- Produktive Verkäufer, die als Team gewinnen
- Steigerung der Konversions- und Abschlussquoten

Verkäufer

- Erfolgreiche Bearbeitung von Leads
- Kürzere Vertriebszyklen
- 360-Grad-Kundenansicht
- Mehr Zeit zum Verkaufen, weniger Routinetätigkeiten
- Zugriff von überall

Mehr Verkaufserfolg dank sozialer Netzwerke

Ihre Kunden verwenden soziale Netzwerke, um sich über Ihr Unternehmen und Ihre Produkte zu informieren. Sollten Sie nicht auch diese Netzwerke nutzen, um Erkenntnisse über Ihre Kunden zu gewinnen? Möglicherweise erfahren Sie, dass ein potenzieller Kunde mit dem Produkt der Konkurrenz unzufrieden ist – oder dass ein Kunde gar mit einem Ihrer Produkte unzufrieden ist. Vielleicht erfahren Sie auch, dass Ihr Kunde Ihre Dienstleistungen an einen Kontakt weiterempfohlen hat, und bekommen dadurch einen neuen Lead. Ihr Vertriebsteam kann sich in Echtzeit Einblicke in die sozialen Aktivitäten Ihrer Kontakte und Kunden verschaffen, und Ihre Mitarbeiter können mit Ihren Kunden direkt auf LinkedIn oder Twitter in Kontakt treten – ganz ohne das CRM-System verlassen zu müssen.

Durch die Einbindung von Daten aus sozialen Netzwerken in Microsoft Dynamics CRM werden diese zu einem natürlichen Bestandteil Ihres Vertriebsprozesses. Im CRM-System laufen die aktuellsten Neuigkeiten und Feedback aus dem Markt mit Ihren eigenen Geschäftsdaten zusammen, sodass Sie jederzeit über die Aktivitäten Ihrer Kunden auf dem Laufenden sind und rasch reagieren können: der möglicherweise entscheidende Vorsprung gegenüber Ihren Mitbewerbern.

Außerdem hilft Microsoft Social Engagement Ihnen dabei, frühzeitig Einblicke in Probleme bei Kunden zu erhalten, in Communitys mit den Meinungsführern in Kontakt zu kommen sowie Kaufsignale in sozialen Netzwerken zu erkennen. Wenn Personen etwas posten, das darauf schließen lässt, dass sie nach etwas Bestimmtem suchen, mit ihrer aktuellen Lösung unzufrieden sind oder mehr Informationen zu einem Thema wünschen, ist dies die Gelegenheit für Sie als Verkäufer, aktiv zu werden. Die Social-Engagement-Funktionen sind bereits in die Microsoft-Vertriebslösungen integriert, sodass sie allen Benutzern zur Verfügung stehen.

Weitere Vorteile bieten Werkzeuge wie Yammer und Skype: Dank Yammer, der Lösung für Enterprise Social Networking, können Mitarbeiter im Vertrieb in einem speziellen Online-Arbeitsbereich geschützt und separat von der öffentlichen Internetsphäre mit Kunden interagieren. Und durch die nahtlose Integration von Skype for Business sind Ihre Kunden stets nur einen Klick entfernt.

Eine mit LinkedIn InMail gesendete E-Mail an einen Kontakt zweiten Grades, in der Sie sich auf die gemeinsame Verbindung beziehen, hat eine Antwortrate von sage und schreibe 67 Prozent!⁶

Echtes Teamselling

Kein Verkäufer kann heute gänzlich unabhängig oder allein für sich arbeiten. Da Kunden Lösungen erwarten, die ein reibungsloses Zusammenspiel von Vertrieb, Logistik und Service erfordern, ist der Erfolg eines Verkäufers vom Grad der Vernetzung im gesamten Unternehmen abhängig.

Verkäufer benötigen deshalb die richtigen Tools für Zusammenarbeit und Kommunikation, um stets mit dem Rest des Unternehmens verbunden zu sein. Diese Tools müssen mobiles Arbeiten unterstützen und im Idealfall schon in das CRM-System eingebettet sein. Microsoft hat zentrale Lösungen wie Skype, Yammer und SharePoint in Microsoft Dynamics CRM integriert, um dem Vertrieb direkt in der CRM-Anwendung eine Plattform für intensives Teamwork zu bieten.

Skype ist die leistungsstarke und einfache Lösung, um mit Kollegen, Partnern und anderen Kontakten in Verbindung zu treten. Verkäufer können schnell Fachspezialisten oder Entscheider aus anderen Bereichen hinzuziehen und sie in Besprechungen einladen, um Fragen zu beantworten und Abschlüsse zu beschleunigen. In Microsoft Dynamics CRM stehen zudem durchgängig Symbole mit aktuellen Präsenzinformationen zur Verfügung, sodass Nutzer mit nur einem Klick eine neue Interaktion starten können.

Dank der Einbettung von Yammer können sich zudem alle Teammitglieder direkt in Microsoft Dynamics CRM untereinander vernetzen. Yammer ermöglicht Verkäufern, von nahezu jedem Ort auf das kollektive Wissen des Unternehmens zuzugreifen. Unterhaltungen können für Kontakte, Kunden, Leads oder Verkaufschancen initiiert werden, damit Sie zur richtigen Zeit von den richtigen Personen die nötigen Informationen erhalten.

Ferner stellt das Verwalten von Dokumenten und Informationen einen großen Teil des Vertriebsprozesses dar. Statt Teams zur Nutzung eines separaten Dokumentenmanagementsystems zu zwingen, funktioniert auch SharePoint direkt innerhalb von Microsoft Dynamics CRM. Dadurch ist sichergestellt, dass alle Teammitglieder, die an einem Verkaufsdokument – zum Beispiel einer Präsentation, einem Angebot oder einer Ausschreibung – arbeiten, die effizienten Funktionen für die gemeinsame Dokumentenerstellung und Versionskontrolle nutzen können.

Betrachten wir als Beispiel ISS Belgium: Das Unternehmen entschied sich für Microsoft Dynamics CRM, um die Transparenz im Vertriebsprozess zu erhöhen und dem Team die Zusammenarbeit an Cross-Selling-Chancen zu ermöglichen. Der Dienstleister konnte auf diese Weise seine Sales Conversion Rate steigern und die Fehlkommunikation aufgrund sich überschneidender Verkaufsaktivitäten um 90 Prozent senken.⁸

„Integration ist das A und O. Dynamics CRM liefert die Oberfläche, aber im Hintergrund sorgen wir dafür, dass Yammer den Dialog im Unternehmen fördert. Wir verwenden SharePoint als Basis unserer Wissensmanagementsysteme. Wir verwenden [Skype for Business], um die Anwesenheit von Kollegen transparent zu machen. Office 365 bildet das Rückgrat unserer Office-Infrastruktur.“

Paul Marriott-Clarke,
Commercial Director,
Metro Bank⁷

Modernisierung von Abläufen

Idealerweise verfügen Verkäufer über benutzerfreundliche Tools, die passend zur jeweiligen Stufe im Vertriebszyklus automatisch relevante Inhalte bereitstellen. Die Grundlage: ein gut definierter Prozess. Prozessflüsse fördern die Nutzung von Best Practices und sorgen unternehmensweit für konsistente Abläufe. Gleichzeitig kann das Unternehmen flexibler agieren und optimale Kundenerlebnisse schaffen.

Herkömmliche CRM-Geschäftsprozesse, beispielsweise für die Verkaufschancensteuerung, basieren häufig auf Workflows, die kleinschrittig und schwer verständlich sind. Aus diesem Grund erfordern sie einen hohen Schulungsaufwand und werden von den Nutzern kaum angenommen. Microsoft Dynamics CRM bietet stattdessen intuitive, visuelle Prozessanleitungen auf einer ergebnisorientierten Benutzeroberfläche, um eine schnelle und breite Akzeptanz bei den Verkäufern sicherzustellen. Da die Lösung vorgibt, was Sie als Nächstes tun müssen, ist die Anlaufzeit kurz und die Schulungskosten können gering gehalten werden.

„Wir haben uns an den Kosten sowie an der Programmier- und Benutzerfreundlichkeit orientiert, und Microsoft Dynamics CRM war in all diesen Kategorien der klare Gewinner. [...] Wir fanden außerdem, dass die Lösung aufgrund ihrer Integration in die Microsoft Office-Oberfläche ein vertrautes Anwendererlebnis bietet, insbesondere für unsere Mitarbeiter in Vertrieb und Marketing, die praktisch nur mit E-Mails arbeiten. So können wir den erforderlichen Verbreitungsgrad leichter erreichen“, fasst Vicki Burton, Director CRM bei CSX Transportation, die Vorteile zusammen.¹⁰

Microsoft Dynamics CRM beinhaltet Geschäftsprozessvorlagen mit branchenspezifischen Best Practices. Diese Prozessflüsse können mithilfe eines einfachen Point-and-Click-Designers angepasst oder neu konfiguriert werden, was in Vertriebsorganisationen für mehr Flexibilität und Reaktionsschnelligkeit sorgt. Wenn ein neuer Trend ermittelt wird, den die Organisation schnell aufgreifen möchte, kann der Geschäftsprozess augenblicklich verändert werden, um den neuen erforderlichen Schritten oder Ergebnissen gerecht zu werden.

„[Mithilfe von Dynamics CRM-Geschäftsprozessen] konnten wir durch die Verbesserung der Lead-to-Opportunity-Konversionsrate und die Erhöhung der Abschlussquote eine Ertragssteigerung von mehr als 75 Prozent verzeichnen.“

Ashish Pandey,
All India Sales Head,
Godrej Infotech Ltd.⁹

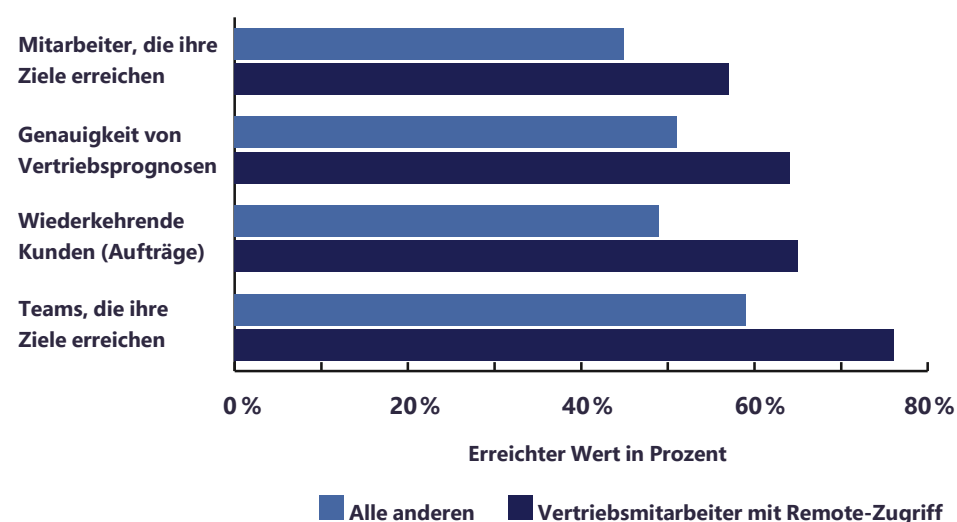
Ihr Verkaufsbüro – überall und jederzeit verfügbar

Die Erwartungshaltung von Kunden ist so hoch wie nie, und auch der Wettbewerbsdruck nimmt immer mehr zu. Kunden sind wenig tolerant, wenn sie auf eine Antwort warten müssen, bis ihr Ansprechpartner wieder zurück im Büro ist. Angesichts dieser Herausforderungen sind CRM-Anwendungen für den Einsatz auf mobilen Endgeräten mittlerweile zu unverzichtbaren Vertriebsinstrumenten geworden. Steve Jensen, Vice President für IT bei Inosphere Insurance Solutions, beschreibt seine Erfahrungen so: „Ein Verkäufer ging sogar so weit zu sagen, dass der mobile Zugriff auf Microsoft Dynamics CRM per Smartphone die einzig sinnvolle Lösung im Versicherungsvertrieb sei.“¹¹

Dank mobilem CRM bleiben Verkäufer unabhängig von ihrem Aufenthaltsort effizient und flexibel. Über die auf allen Geräten einheitliche Benutzeroberfläche können sie auf dem Smartphone oder Tablet ihrer Wahl alle Informationen in Echtzeit abrufen. Automatisierte Benachrichtigungen halten jeden Verkäufer auf dem Laufenden. Er kann schon auf dem Weg zu einer Besprechung die Frage sehen, die sein Interessent auf LinkedIn gepostet hat, und weiß somit, welches Anliegen als Erstes geklärt werden muss.

Wenn Mitarbeiter Aktivitäten, Kontakte und Verkaufschancen von unterwegs in Echtzeit bearbeiten können, steigt die Produktivität des gesamten Teams. Veröffentlicht ein Verkäufer während einer Kundenbesprechung eine aufgekommene Frage auf Yammer, können Kollegen unmittelbar mit einer Antwort aushelfen. Gary Jones, Leiter für Verkaufsschulungen bei Saia LTL Freight: „Der Mobilzugriff auf CRM liefert den Mitarbeitern sofortige Antworten. [...] Microsoft Dynamics CRM hat uns dabei geholfen, vom Mittelfeld zu einer Führungsposition aufzusteigen.“¹² Mit den Microsoft-Vertriebslösungen haben Sie von überall Zugang zu Ihren Daten und zu Ansprechpartnern in Ihrem Team. Wichtige Einblicke gehen nicht verloren, Fragen werden unmittelbar beantwortet, und Daten werden korrekt erfasst.

Mobiler Zugriff sorgt für mehr Vertriebs Erfolg:¹³



Fazit

Microsoft Dynamics CRM, Office 365 und Yammer bieten eine intuitive, prozessgesteuerte Arbeitsumgebung und führen Verkäufer durch alle Aufgaben und Informationen, die sie für neue Geschäftsabschlüsse brauchen. Microsoft ist seit Jahrzehnten einer der führenden Anbieter für innovative Produktivitäts- und Collaboration-Lösungen. Deren nahtlose Integration in ein leistungsstarkes CRM-System ermöglicht Vertriebsprofis, online oder offline im Team zusammenzuarbeiten – innerhalb ihres Büros oder an mehreren Standorten weltweit. Da Microsoft Outlook, Skype, SharePoint und Yammer von Grund auf in die CRM-Oberfläche integriert wurden, sind Kontaktoptionen und Informationen jeweils nur einen Klick entfernt.

Bei den Microsoft-Lösungsangeboten müssen Verkäufer nicht mehr zwischen verschiedenen Anwendungen wechseln, um ihre Aufgaben zu erledigen. Alle wichtigen Informationen werden im richtigen Kontext auf einer intuitiven Oberfläche präsentiert. Ihre Vorteile:

- Direkte Ansprache und Interaktion mit Kollegen, Partnern, Kunden und Interessenten dank integrierter Social-Tools, einschließlich Social-Engagement-Funktionen
- Funktionen für die Zusammenarbeit, um Reaktionszeiten zu verkürzen und sich überschneidende Aktivitäten zu vermeiden
- Automatisierung von Prozessen, damit sich Verkäufer auf ihre wichtigsten Aufgaben konzentrieren und Best Practices anwenden können
- Datenvisualisierung für mehr Transparenz in der Geschäftstätigkeit und bei jedem einzelnen Kunden
- Mobiler Zugriff, damit Verkäufer über eine einheitliche und vertraute Benutzeroberfläche jederzeit Zugang zu ihren Tools, Daten und Ressourcen haben

Mit diesen Funktionen können sich Vertriebsorganisationen leichter auf das Wesentliche konzentrieren, um Abschlüsse schneller zu erzielen und einfach mehr zu verkaufen.

Weiterführende Informationen

Microsoft unterstützt den Wandel von Unternehmen im neuen Verkaufszeitalter, damit Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen effektiver verkaufen und Geschäfte intelligenter steuern können. Weitere Informationen zu den Microsoft-Vertriebslösungen erhalten Sie im Web: <http://www.microsoft.de/crm>

Die in diesem E-Book beschriebene Lösung umfasst folgende Produkte:

- Microsoft Dynamics CRM Online Professional
- Microsoft Office 365 E3 SKU (einschließlich Skype for Business, SharePoint Online, Exchange Online und Office 365 ProPlus)
- Yammer
- Power BI für Office 365

Quellen

- ¹ Microsoft, „The Dynamic Sales Team“, 2013: http://crmpublish.blob.core.windows.net/docs/Whitepaper_TheDynamicSalesTeam_20121107_web.pdf
- ² CEB, *The New High Performer Playbook*, Arlington VA, 2012
- ³ Sales Performance International, „Buyer 2.0 and Solution Selling“, 2013: <http://www.spisales.com/Sales-Process-and-Buyer-2.0/>
- ⁴ Sales Performance International, „Buyer 2.0 and Solution Selling“, 2013: <http://www.spisales.com/Sales-Process-and-Buyer-2.0/>
- ⁵ Microsoft, „The Dynamic Sales Team“, 2013
- ⁶ Microsoft, „The Dynamic Sales Team“, 2013
- ⁷ <http://www.microsoft.com/en-us/dynamics/metrobank.aspx>
- ⁸ Microsoft, „The Dynamic Sales Team“, 2013
- ⁹ <http://customers.microsoft.com/Pages/CustomerStory.aspx?recid=9003>
- ¹⁰ <http://customers.microsoft.com/Pages/CustomerStory.aspx?recid=2138>
- ¹¹ <http://customers.microsoft.com/Pages/CustomerStory.aspx?recid=6013>
- ¹² <http://customers.microsoft.com/Pages/CustomerStory.aspx?recid=12669>
- ¹³ Microsoft, „CRM in the World of Buyer 2.0“, 2013

Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen stellen die behandelten Themen aus der Sicht der Microsoft Corporation zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dar. Da Microsoft auf sich ändernde Marktanforderungen reagieren muss, stellt dieses Dokument keine Verpflichtung seitens Microsoft dar, und Microsoft kann die Richtigkeit der hier dargelegten Informationen nach dem Zeitpunkt der Veröffentlichung nicht garantieren.

Dieses Dokument dient nur zu Informationszwecken. MICROSOFT SCHLIESST FÜR DIESES DOKUMENT JEDE GEWÄHRLEISTUNG AUS, SEI SIE AUSDRÜCKLICH ODER KONKLUDENT.

Die Benutzer/innen sind verpflichtet, sich an alle anwendbaren Urheberrechtsgesetze zu halten. Unabhängig von der Anwendbarkeit der entsprechenden Urheberrechtsgesetze darf ohne ausdrückliche schriftliche Erlaubnis der Microsoft Corporation kein Teil dieses Dokuments für irgendwelche Zwecke vervielfältigt oder in einem Datenempfangssystem gespeichert oder darin eingelesen bzw. übertragen werden, unabhängig davon, auf welche Art und Weise oder mit welchen Mitteln (elektronisch, mechanisch, durch Fotokopieren, Aufzeichnen usw.) dies geschieht.

Es ist möglich, dass Microsoft Rechte an Patenten bzw. patentierten Anwendungen, Marken, Urheberrechten oder sonstigem geistigen Eigentum besitzt, die sich auf den Inhalt dieses Dokuments beziehen. Das Bereitstellen dieses Dokuments gibt Ihnen jedoch keinen Anspruch auf diese Patente, Marken, Urheberrechte oder auf sonstiges geistiges Eigentum, es sei denn, dies wird ausdrücklich in den schriftlichen Lizenzverträgen von Microsoft eingeräumt.

Microsoft, Microsoft Dynamics und das Microsoft Dynamics-Logo sind Markenzeichen der Microsoft-Unternehmensgruppe. Alle anderen in diesem Dokument genannten Firmennamen und Produktnamen sind möglicherweise Markenzeichen der jeweiligen Rechtsinhaber.