

Kurze Antworten auf große Fragen (Außen- / Innendienst 4.0)

Außendienst – ein Auslaufmodell?

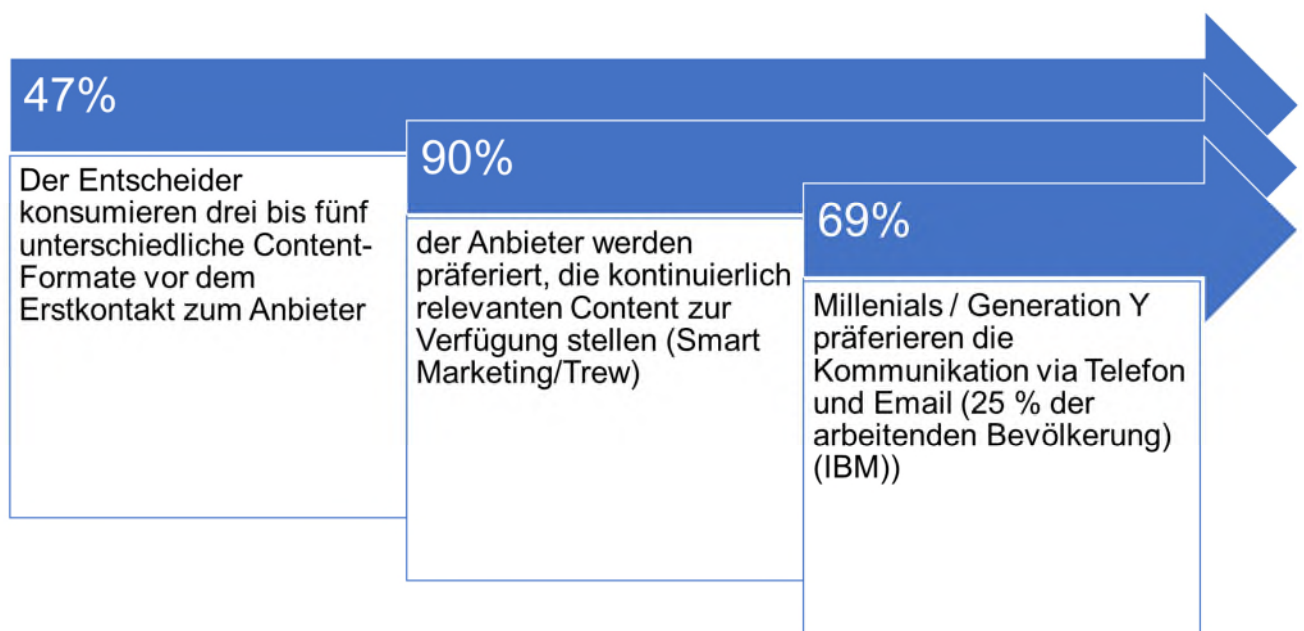
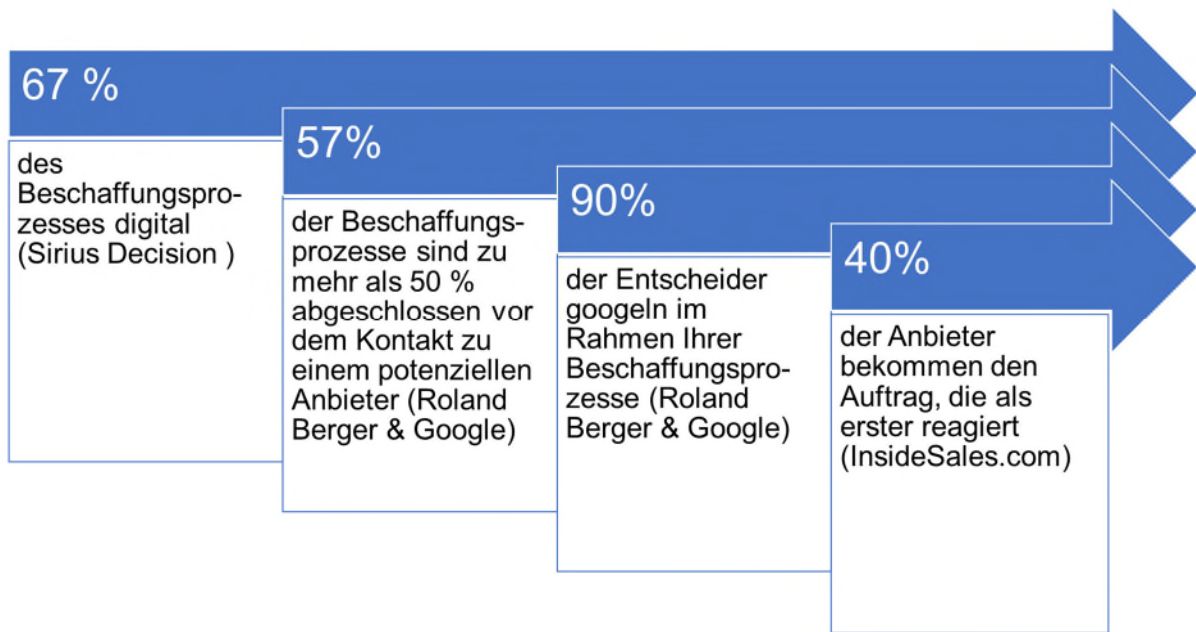
Liegt die Geburtsstunde des klassischen Vertriebs im Messewesen des 12. und 13. Jahrhunderts? Für Jahrhunderte war das persönliche Treffen zwischen den Menschen essentiell.



Der ursprüngliche Außendienst diente dazu, Informationen an seine (potenziellen) Kunden persönlich zu überreichen - er hatte also de facto ein Informationsmonopol. Er konnte entscheiden, was er einem Kunden mitteilt, zeigt oder auch nicht.

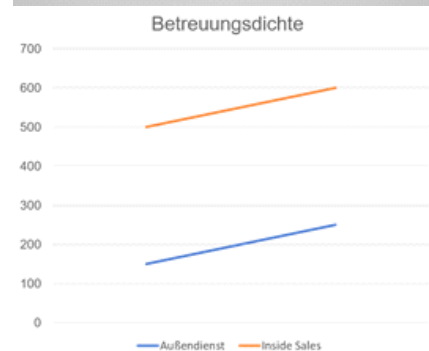
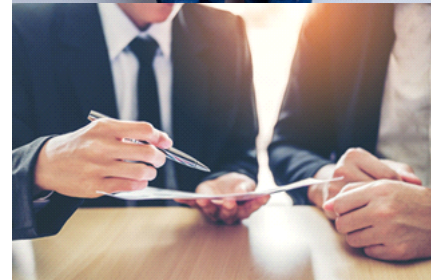
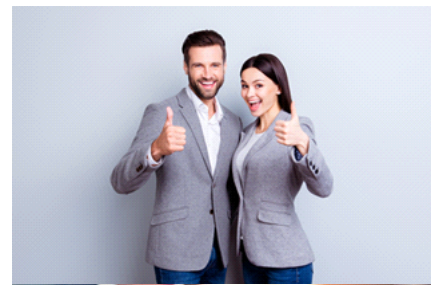
Neue Technologien und das Internet haben gerade in den letzten 10 bis 15 Jahren einmal alles gründlich auf den Kopf gestellt und **doch ist der gute alte Außendienst immer noch da – noch**.

Wo stehen wir heute? Was passiert da gerade?



... und was bedeutet das für den klassischen Außendienst?

1. Kunden / Einkäufer werden immer schlauer
2. Rolle des Vertriebs als Informationsbringer entfällt
3. Niedriges Produktivitätsniveau des Außendienstes (60.000 – 100.000 km Fahrtkilometer Auto)
4. Außendienst betreut 150 - 250 Kunden – Inside Sales 500 – 600 Kunden
5. Kosten pro qualifiziertem Kundenkontakt
 - Außendienst
 - 100 – 800 €
 - Inside-Sale
 - 30 – 60 €

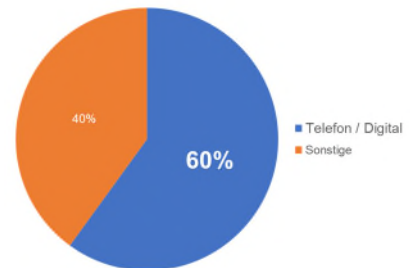


Der Kunde will doch den Besuch des Außendienstes!

Wirklich?

60% der Führungskräfte und Entscheider kommunizieren am liebsten telefonisch und/oder digital

Bevorzugter Kommunikationskanal



... und heute geht das auch anders

- Persönliche Meetings im Netz
- Video- / Audio-Nachrichten



Kurze Antworten auf große Fragen des Außendienstes in der Zukunft

- Automatisieren und Standardisieren
 - Nutzung des digitalen Fußabdrucks der Interessenten / Kunden
 - Verkaufsprozesse optimieren
 - Einsatz moderner Technik

was in der Fertigung geht, soll im Vertrieb nicht möglich sein?



- Aufbau bzw. Stärken der Teams im Inside Sale

