



So steigern Sie die Produktivität Ihres Vertriebsteams

Um ständig Umsatzziele zu erreichen und optimale Produktivität zu gewährleisten, benötigen Vertriebsmitarbeiter Tools, die sie effizient beim Kundenkontakt und Vertragsabschluss unterstützen. Das Vertriebsmanagement kann die Last der Verwaltungsarbeit durch Tools für genaue Prognosen und leicht zugängliche, vollständige Kundendaten verringern. Systeme für das Customer Relationship Management (CRM) steigern die Produktivität wie die Effizienz, trotzdem wissen 22 % der Fachkräfte nicht, wozu CRM-Systeme dienen – und 40 % speichern Kundendaten immer noch in Tabellen oder E-Mails.¹

Hier sind fünf Möglichkeiten, wie CRM die Produktivität Ihres Verkaufsteams erhöhen kann.

1

Kunden genauer verstehen

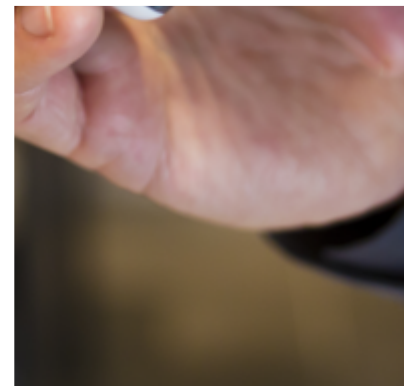
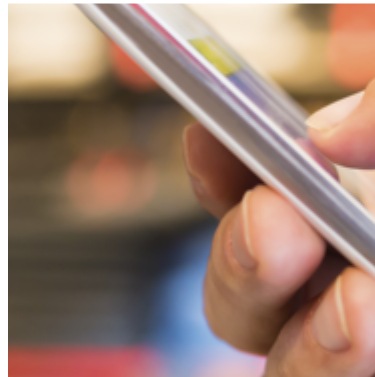
CRM macht es möglich, viele Ströme von Kundendaten aus internen und externen Datenquellen zu erfassen. Mit CRM erhalten Vertriebsmitarbeiter jederzeit Zugriff auf umfangreiche, genaue Kundenprofile, in denen Informationen aus dem gesamten Unternehmen zusammengetragen werden. Da CRM gereift ist, enthalten Kundenprofile jetzt viel mehr als nur Kontaktinformationen und Gesprächstermine. Kundenprofile enthalten demographische Daten, Social-Media-Profile und -Aktivitäten, Einkaufsverläufe, Kaufgewohnheiten, bevorzugte Kommunikationswege und vieles mehr.

Diese umfangreichen Kundenprofile werden von allen Mitarbeitern mit Kundenkontakt geteilt und aktualisiert. Das bedeutet, dass Vertriebsmitarbeiter jede Aktivität zwischen ihren Kunden und der Buchhaltung oder dem Kundenservice kennen, ohne zum Telefon greifen zu müssen. Ebenso können Mitarbeiter des Kundenservice alle Interaktionen zwischen den Kunden und dem Vertrieb sehen. Das Ergebnis ist eine konsistentere, zufriedenstellendere Erfahrung für den Kunden und eine effizientere abteilungsübergreifende Kommunikation.

2

Unterwegs verkaufen

Der jederzeitige Zugang zum CRM-System gibt dem Außendienst einen starken Wettbewerbsvorteil, vor allem unterwegs. Mobile CRM-Systeme können die Vertriebsmitarbeiter über den aktuellen Stand der aktiven Aufträge und Lagerbestände informieren, wenn sie bei Kunden sind, und ihnen auch die Möglichkeit geben, offene Fragen an den Kundensupport zu verfolgen. Mit den über mobile Geräte zugänglichen Informationen können Vertriebsmitarbeiter ihre Erinnerungen kurz vor den Besprechungen auffrischen, Notizen eintragen und direkt nach dem Gespräch mit dem Kunden handeln – wenn die Details noch frisch sind. Mobile CRM-Systeme ermöglichen bessere persönliche Interaktionen mit Kunden und die Erfassung von qualitativ hochwertigeren, detaillierteren Kundendaten für spätere Vertriebs-, Marketing- und Kundenservicezwecke.



3

Einen vollständigen Überblick erhalten

Damit die Vertriebsmitarbeiter sich auf die besten Kunden und Abschlussmöglichkeiten konzentrieren können, ist es unerlässlich, einen vollständigen Überblick über den Kunden zu haben. Das CRM-System muss mit anderen Back-Office-Systemen wie ERP integriert sein, damit alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt auf dem Laufenden bleiben können. Jede Interaktion mit dem Kunden – vom Marketing über den Vertrieb bis hin zum Kundenservice und der Buchhaltung – muss dem Vertriebsteam zur Verfügung stehen.

Ein vollständiger Überblick über den Kunden vermeidet, dass Vertriebsmitarbeiter schlecht informiert erscheinen, wenn sie mit den Kunden sprechen. Beispielsweise wird das Verkaufsteam nicht versuchen, einem Kunden ein neues Produkt zu verkaufen, wenn die Buchhaltung Aufträge des Kunden wegen Zahlungsverzugs gesperrt hat, oder auf den Abschluss eines großen Vertrags drängen, wenn ein Kunde noch ein wichtiges ungelöstes Supportproblem hat.

Ihrem Vertriebsteam einen Echtzeitzugriff auf alle benötigten Kunden- und Transaktionsdaten aus dem gesamten Unternehmen zu geben, ist nicht so schwierig, wie es klingt. Neben den Daten in Ihrem CRM-System befinden sich die meisten anderen wichtigen Informationen für Ihre Verkaufsteams im ERP-System. Während mehr als ein Drittel der CRM-Benutzer derzeit keinen einheitlichen Blick auf Kundendaten über ERP-Systeme haben,² ist es in Unternehmen, die integrierte ERP- und CRM-Systeme eingeführt haben, „um 75 % wahrscheinlicher, dass eine vollständig integrierte Übersicht über alle Kundendaten vorhanden ist.“³

4

Aufgaben schneller erledigen

Dies ist das CRM-Dilemma: Vertriebs- und Marketingmitarbeiter benötigen das System, um alle Kundeninteraktionen zu erfassen und anzuzeigen, aber die Dateneingabe ist die am wenigsten produktive Nutzung der Arbeitszeit eines Vertrieblers. Obwohl 75 % der befragten Vertriebsmitarbeiter verstanden haben, dass Tools wie CRM ein integraler Bestandteil des Verkaufsprozesses sind, meinten 56 %, dass diese Tools nicht auf ihre Bedürfnisse abgestimmt seien.⁴

Der beste Weg sicherzustellen, dass Vertriebsmitarbeiter so produktiv wie möglich sein können, ist ein CRM-System mit einer Benutzeroberfläche, wie sie bei der Software für Verbraucher üblich ist, die leicht zu erlernen ist und ein problemloses Benutzererlebnis bietet. Eine intuitive Benutzeroberfläche erhöht die Akzeptanz und Nutzung eines CRM-Systems. Wenn ein CRM-System Vertriebsmitarbeiter dabei unterstützt, ihre Daten schnell und effizient einzugeben, erhöht es die Gesamtproduktivität des Vertriebs.

Ein gutes CRM-System sollte nicht nur Vertriebsmitarbeiter bei der Eingabe der Daten unterstützen, sondern es ihnen leichter machen, Daten zu erkennen und sie automatisch zu erfassen. Viele CRM-Systeme ermöglichen eine Integration mit anderen Enterprise- und Drittanbieter-Apps – von E-Mail-Software bis Kalkulationstabellen und Social Media – und ersparen dann den Vertriebsmitarbeitern viel Zeit, weil ein Großteil der Eingaben doppelter Daten überflüssig wird.

Ein besonders wichtiger Bereich für diese Art der Integration ist das E-Mail-System. Die Produktivität des gesamten Vertriebs wird verbessert, wenn Unternehmen CRM-Systeme wählen, die automatisch Daten aus E-Mails erfassen und Kundendaten zwischen den Plattformen austauschen, so dass bei Eingabe eines Namens oder einer E-Mail-Adresse in der einen Plattform relevante Daten aus den anderen angezeigt werden.⁵

Verwertbare Analysen generieren

Datenanalysen fördern die Entscheidungsprozesse moderner Vertriebsteams. Es ist zwar immer noch wichtig, versierte Verkaufsprofis mit einem Instinkt für Vertragsabschlüsse einzustellen, aber es ist genauso wichtig, sie mit den nötigen Daten auszurüsten, um die besten Aussichten und Chancen zu identifizieren.

Kate Leggett, Analystin bei Forrester, hat vor kurzem vorausgesagt: „Im Jahr 2017 werden die Unternehmen weiterhin Analysen nutzen, um im Rahmen von CRM-Anwendungen den Mitarbeitern mit Kundenkontakt die richtigen Maßnahmen zu empfehlen. So werden Verkaufsteams solche Empfehlungen verwenden, um qualitativ hochwertige Leads, die nützlichsten Beziehungen innerhalb von Unternehmen, die richtigen Kontakte und die relevantesten Verkaufsargumente für die Einkäufer zu identifizieren. Der Vertrieb wird solche Analysen auch für die Produktbündelung und Nachlässe nutzen, um den Umsatz pro Vertrag zu maximieren.“⁶

CRM-Systeme enthalten die Daten, die Ihr Verkaufsteam benötigt, um die Produktivität zu steigern. Die Herausforderung besteht darin, Daten in einem Format zu präsentieren, das leicht zu verstehen und in der Praxis gut verwertbar ist. Vertriebsmitarbeiter schätzen die Möglichkeit, vorgefertigte, integrierte Dashboards zu sehen, die CRM-Kundendaten mit relevanten Daten aus externen Quellen kombinieren, so dass sie ihre Vertriebsstrategien anpassen können, um in einem sich ständig verändernden wirtschaftlichen Umfeld erfolgreich zu sein.

[Erfahren Sie online mehr über Infor CRM >](#)

1. Hubspot, 8 Stats You Need to Know from the 2016 State of Inbound Report, 21. September 2016.
2. Aberdeen Group, Omer Minkara, Next-Generation CRM: Moving from a System of Record to a System of Engagement, Januar 2017.
3. Aberdeen Group, Nick Castellina, Create a Foundation for Competitiveness with ERP and CRM, August 2016.
4. Accenture Interactive, "Empowering Your Sales Force: It's Not Just Automation. It's Personal," 2016.
5. PC magazine, "The Best CRM Software of 2017," 28. Februar 2017.
6. Kate Leggett, "Top Trends for CRM in 2017 - It's All About Differentiated (Digital) Experiences," Forrester blog, Februar 2017.

Teilen: [!\[\]\(ec9132f1d27c8919987d92907322654d_img.jpg\)](#) [!\[\]\(9db1a20e6fdae9c15975d240125424df_img.jpg\)](#) [!\[\]\(69e745cb555ee0441d11497d43826bd7_img.jpg\)](#)



Copyright© 2017 Infor. Alle Rechte vorbehalten. Die hier aufgelisteten Wort- und Designmarken (Name, Logo) sind Markenzeichen und/oder geschützte Marken der Infor und/oder deren Tochtergesellschaften und sonstiger verbundener Unternehmen. Alle anderen hier genannten Markenzeichen sind das Eigentum der betreffenden Unternehmen. www.infor.com

Infor (Deutschland) GmbH, Hollerithstraße 7, 81829 München, www.infor.de

INF-1729189-de-DE-0817-1