

Case Study: Überarbeitung und Digitalisierung der Vertriebsprozesse

Branche: Produktionsunternehmen

Unsere Rolle: Prozessbegleiter, Projektmanager, Change-Manager

Hintergrund

Ein mittelständisches Produktionsunternehmen mit starkem Wachstum in den letzten Jahren, hatte festgestellt, dass die bisherigen Prozesse in der Vertriebsabteilung aufgrund des starken Wachstums auf Hindernisse stoßen. Trotz einer starken Produktlinie und einem engagierten Verkaufsteam war die Effizienz der Prozesse suboptimal bzw. nicht auf dieses Wachstum ausgelegt und die Abschlussraten waren niedriger als prognostiziert.

Die Geschäftsführung des Unternehmens wandte sich an uns, um ihre Vertriebsprozesse zu überarbeiten und den Einsatz digitaler Technologien zu prüfen.

Analyse der Ausgangslage und Definition der Zielsetzung und Soll-Prozesse

- Analyse der bestehenden Geschäftsprozesse, um Schwachstellen und Verbesserungspotenzial zu identifizieren
- Analyse der Anforderungen und Definition der Geschäftsprozesse, die durch ein System unterstützt werden sollen
- Definition eines Zielbildes
- Umsetzung der Anforderungen in einer Anforderungsmatrix
- Machbarkeitsanalyse der Anforderungen und der Soll-Prozesse unter Berücksichtigung des Erfüllungsgrads des bestehenden Systems

Ergebnis:

- Vertriebsabteilung von vielen manuellen Prozessen abhängig
- Neues CRM-System im Einsatz, jedoch begrenzte Kundenanalyse und -segmentierung im Einsatz
- Keine Automatismen im Einsatz bzw. im System vorhanden.

Festgelegte Zielsetzung:

- Effektivität steigern
- Prozesse optimieren und digitalisieren
- Eventuelle Evaluierung von Erweiterungstools

Entwicklung und Einführung

- Integration von Prozessen und Workflows in Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung, mit Vertrieb und Marketing
- Neukonfiguration von bestehendem CRM-System (in Zusammenarbeit mit CRM-Anbieter) für bessere Kundenanalyse und -segmentierung
- Einführung von Sales Automation Tool als Erweiterungstool für die Automatisierung von Routineaufgaben:
 - Automatisierte Follow-up Emails
 - autom. Kundeninformation durch Sales-Intelligence-Funktionen
 - Vertriebsprognosen
 - Lead-Scoring

Change-Management und Schulungen

Transparente und frühzeitige Mitarbeiterereinbindung sowie begleitende Schulungen förderten die erfolgreiche Transformation im Unternehmen:

- Veränderungsmanagementplan erstellt
- Kommunikationsplan erstellt
- Identifikation von Veränderungsbereitschaft und Veränderungswiderstand
- Strategien entwickelt, um Widerstand zu reduzieren
- Koordination und aktive Mitarbeiterschulung der neuen Prozesse und Systeme in Zusammenarbeit mit den Systemverantwortlichen (Inhouse) und Systemanbietern.

Ergebnisse

Nach drei Monaten der Implementierung der neuen Prozesse und des Erweiterungstools konnten wir signifikante Verbesserungen feststellen:

- **Effizienzsteigerung:** Durch die Automatisierung von Routineaufgaben konnte das Verkaufsteam mehr Zeit für strategische Verkaufsgespräche aufwenden, was zu höheren Abschlussraten führte. Die digitale Transformation im Vertrieb hat dem Unternehmen geholfen, ihre Verkaufsprozesse zu verbessern, die Produktivität zu steigern und das Kundenerlebnis zu optimieren.
- **Bessere Kundenbeziehungen:** Dank der verbesserten Kundenanalyse und -segmentierung konnten die Verkaufsmitarbeitenden gezieltere und persönlichere Gespräche führen, was zu einer Verbesserung der Kundenbeziehungen führte.
- **Umsatzsteigerung:** Mit den neuen Tools und Prozessen konnte das Unternehmen seine Umsatzziele übertreffen und die Verkaufseffizienz steigern.