

PRESSEMITTEILUNG

B2BEST BAROMETER: DIGITALISIERUNG DES AUSSENDIENSTES (NOCH) IN DEN KINDERSCHUHEN

Neues B2BEST Barometer von ECC KÖLN und Creditreform widmet sich der Digitalisierung des Außendienstes und zeigt: Vorteile von Digitalisierung und Automatisierung werden erkannt und teilweise angegangen. In der Umsetzung hapert es insbesondere aufgrund von Problemen mit Daten und Systemen.

Köln, 28. Oktober 2021 — Die Digitalisierung des Außendienstes hat heute in drei von vier B2B-Unternehmen hohe bis höchste Priorität – das zeigt unser neues „B2BEST Barometer“ in Zusammenarbeit mit Creditreform, das heute bei der „B2BEST DIGITAL“ präsentiert wird. Dass die Digitalisierung über den Einsatz von Laptop, Smartphone und Tablet in Verkaufsgesprächen hinaus gehen muss, ist einleuchtend – aber in den meisten Fällen noch nicht in die Praxis überführt. Erst acht Prozent der Unternehmen sind bei der Umsetzung ihrer Digitalisierungsmaßnahmen bereits weit vorangeschritten, weitere 32 Prozent sind in vollem Gange, haben den Prozess aber noch lange nicht abgeschlossen. Woran liegt das?

Hohe Herausforderungen bremsen Umsetzung der Digitalisierungsmaßnahmen

Zögerlich sind die Unternehmen vor allem, weil die digitale Transformation des Außendienstes Großhändler und Hersteller vor eine Vielzahl von Herausforderungen stellt. Insbesondere die Vereinheitlichung der Daten- und Systembasis (71 %) sowie die Systemkomplexität (64 %) werden herausfordernd angesehen. Aber auch der Digitalisierungsaufwand insgesamt (57 %) sowie die hohen Kosten für Geräte, Software und Schulungen (55 %) werden jeweils von über der Hälfte der befragten Hersteller und Großhändler genannt.

B2B-Branche hält an klassischem Außendienst fest

Die heute bereits eingesetzten unterstützenden Tools werden größtenteils positiv bewertet: So bringt der Einsatz digitaler Tools in Verkaufsgesprächen nicht nur Vorteile für Kund:innen in Form von besserer Beratung und höherer Zufriedenheit, sondern auch mehr Effizienz und mehr Kaufabschlüsse für das Unternehmen. Während digitale Maßnahmen demnach klar als notwendig und erfolgsentscheidend angesehen werden, bleibt für 79 Prozent der Befragten der Außendienst auch in fünf Jahren noch der zentrale Erfolgsfaktor für den Vertrieb. Insbesondere für den Vertrieb komplexer, erklärungsbedürftiger Produkte ist der persönliche Kundenkontakt in den Augen von 78 Prozent der B2B-Unternehmen unabdingbar.

„Da die zukünftige Rolle von Außendienstmitarbeiter:innen eher in der Funktion von Fachberater:innen bzw. Lösungsanbietern zu sehen ist, wird es von entscheidender Bedeutung sein, mit welchen Informationen die entsprechenden Mitarbeiter:innen ausgestattet werden. Im Verkaufsgespräch können Informationen zu offenen Posten, Bestellhistorien, Lagerbeständen oder Zahlungsverhalten sehr hilfreich in der Argumentation mit den Kund:innen sein“, so Christian Kramer, Branchenmanager Groß- und Außenhandel bei Creditreform, zu den Ergebnissen des B2BEST Barometers.

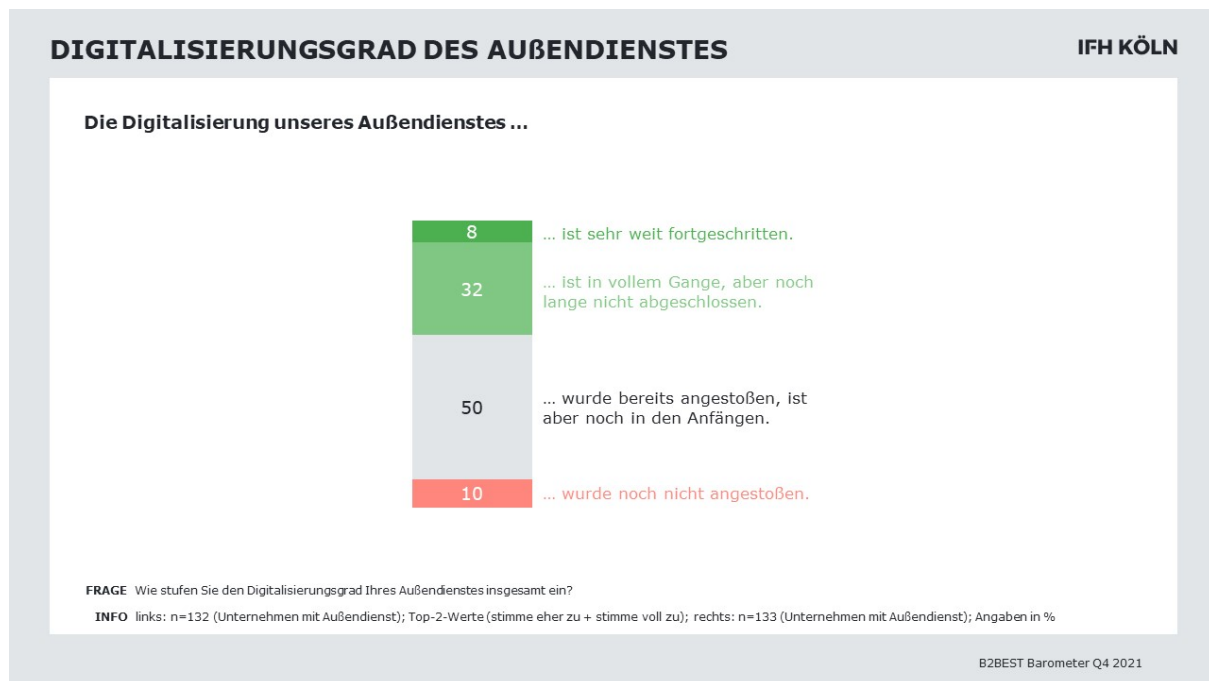
Zukunftsmusik: Mehr Zeit für Beratung nötig

Dem Großteil der Unternehmen im B2B-Handel ist bewusst: Das Rollenverständnis von Vertriebsmitarbeitenden hat sich gewandelt. Innerhalb der letzten fünf Jahre hat sich die Rolle von reinen Verkäufer:innen verstärkt in Richtung Berater:innen und/oder Problemlöser:innen gewandelt. Diese Entwicklung wird nach Einschätzung der Unternehmen in den nächsten fünf Jahren noch weiter voranschreiten. Damit Außendienstmitarbeitende ihrer neuen Rolle gerecht werden können, müssen standardisierte Beschaffungsprozesse in digitale, automatisierte Prozesse verlagert werden, um Kapazitäten für die individuelle Beratung von Kund:innen zu schaffen.

„Während im Außendienst lange Zeit der reine Verkauf im Fokus stand, sind heute Beratung und Problemlösung gefragt. Der Einsatz digitaler Tools kann diese ‚neue‘ Funktion der Außendienstler:innen unterstützen. So wirken sich die Präsentation von Produkten in Form von Bildern und Videos oder die Möglichkeit, Produkte digital individuell zu konfigurieren, positiv auf das Verkaufsgespräch aus. Digitalisierung geht aber über den Einsatz mobiler Endgeräte hinaus – Luft nach oben ist insbesondere noch in puncto automatisierter Auftragserfassung. Manuelle Nachbereitung kostet Zeit – Zeit, die besser für die Beratung von Kund:innen genutzt werden kann“, appelliert Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer IFH KÖLN, auf Basis der Ergebnisse des B2BEST Barometers.

Wörter der Meldung: 567

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 4.387



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über das B2BEST Barometer

Im Rahmen des „B2BEST Barometers“ beleuchten das ECC KÖLN und Creditreform quartalsweise die Stimmung im Großhandel und B2B-Vertrieb sowie Trendthemen der Branche. Hierfür wurden im vierten Quartal 2021 insgesamt 137 Großhändler und Hersteller zur Beurteilung der wirtschaftlichen Lage, Einstellung zu sowie Umsetzung von digitaler Transformation online befragt. In der vorliegenden Befragung wurde zusätzlich das Thema „Digitalisierung des Außendienstes“ fokussiert.

Die Ergebnisse der Studie stehen [hier](#) zum Download zur Verfügung.

Über das ECC KÖLN

Als Tochtermarke des IFH KÖLN ist das ECC KÖLN erster Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individuellen erfolgs- und businessrelevanten Impulsen, Events und Trainings. Mit dem ECC CLUB (www.ecc-club.de) bietet das ECC KÖLN eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce.

Expertise, Channels, Community – Dafür steht das ECC KÖLN.

Mehr unter: www.ecckoeln.de

Über Creditreform

Creditreform ist Deutschlands führender Anbieter von Wirtschaftsinformationen, Marketingdaten und Lösungen zum Forderungsmanagement. Seit 1879 schützen wir Unternehmen vor Zahlungsausfällen, schaffen Transparenz und Sicherheit. Mit bundesweit 128 selbstständigen Geschäftsstellen und über 4.100 Mitarbeitern betreuen wir rund 130.000 Mitgliedsunternehmen. Unterstützt werden wir von unseren spezialisierten Tochterunternehmen der Gruppe Creditreform, Creditreform AG und Creditreform International.