



E-BOOK

Erfolgreicher B2B-Vertrieb durch Enablement

Wie Seismic Ihren Vertrieb in einer kundenzentrierten Geschäftswelt auf Erfolg ausrichtet



Inhalt

Einleitung : Innovativer Vertrieb erfordert innovative Technologie	3
Relevanter Content sollte schnell und einfach zu finden sein	6
Content-Personalisierung sollte automatisiert und mühelos erfolgen	7
Erfolgreiche Meetings sollten nahtlos und replizierbar sein	8
Schulungen für Vertriebsteams sollten skalierbar und trotzdem individuell sein	10
Fazit : Seismic wurde für erfolgreichen B2B-Vertrieb entwickelt	12
Über Seismic	13



Innovativer Vertrieb erfordert innovative Technologie

Die Käufer bestimmen heutzutage die Vertriebswelt
- Ihre Sales Teams sind nur ein Teil davon

Im Business-to-Business (B2B)-Geschäft hatten Vertriebsmitarbeiter früher die Kontrolle über den Kaufprozess. Ein Unternehmen, das kaufen wollte, rief an, ein Vertriebsmitarbeiter antwortete, erklärte das Produkt oder die Dienstleistung, erläuterte, wie sie im Vergleich zur Konkurrenz abschneiden, und legte den Preis fest. Diese Zeiten sind vorbei. Käufer haben heute mehr denn je die Kontrolle über den Kaufprozess. Mit einer Fülle von zur Verfügung stehenden Online-Ressourcen recherchieren Käufer einen Großteil selbst, lesen Wettbewerbsanalysen und Preisvergleiche, und verbringen nur noch 5 % des Verkaufszyklus im Kontakt mit einem Vertriebsmitarbeiter.¹ Dieser Zyklus wird zunehmend länger und komplexer, da immer mehr Entscheidungsträger in den Prozess mit einbezogen werden.

Vorbei sind die Zeiten, in denen Vertriebsmitarbeiter sich auf direkte Interaktionen mit Käufern verlassen konnten, bei denen sie ihre Expertise demonstrieren und persönliche Beziehungen aufbauen konnten. Um Käufer heute zu erreichen und wieder mehr Einfluss im Kaufprozess zu erlangen, müssen Vertriebsmitarbeiter mit hyperrelevanten Inhalten zur richtigen Zeit auf den richtigen digitalen Kanälen zunächst die

Aufmerksamkeit dieser Käufer gewinnen.

Die Pandemie hat diesen Wandel noch beschleunigt,² indem sie persönlichen Treffen und Veranstaltungen wie Messen, Konferenzen und Geschäftssessen ein abruptes und fast weltweites Ende setzte. In dieser Zeit wurde Remote Work zu einer Grundvoraussetzung. Digitale Kanäle waren das einzige Kommunikationsmittel zwischen Käufern und Vertriebsmitarbeitern

¹ <https://www.gartner.com/en/sales/insights/b2b-buying-journey>

² <https://seismic.com/resources/reports/the-personalization-payoff-report/>

³ <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-future-of-b2b-sales-is-hybrid>



Vertriebsteams können die Erwartungen von Käufern noch immer nicht erfüllen - Schuld daran sind veraltete Technologie-Stacks

Diese beidseitige Wertschätzung für digitale Kommunikation bedeutet jedoch nicht, dass diese zwischen Käufern und Vertriebsmitarbeitern reibungslos verläuft. Käufer haben nach wie vor das Gefühl, dass Vertriebsmitarbeiter sie nicht ausreichend verstehen. Laut Salesforce erwarten 66 % der Kunden, dass Unternehmen ihre individuellen Bedürfnisse verstehen, aber nur 34 % der Unternehmen tun dies tatsächlich.⁴

Warum erfüllen Vertriebsmitarbeiter noch immer nicht die Anforderungen der Käufer? Laut Forrester finden nur 53 % aller Vertriebsmitarbeiter, dass die von ihnen genutzte Technologie ihre Produktivität und Ergebnisse verbessert.⁵ Viele Unternehmen haben in Anwendungen unterschiedlicher Anbieter investiert, die auf separaten Systemen laufen und Daten isoliert generieren, sodass die folgenden Herausforderungen nicht gelöst werden können - oder sogar dadurch entstehen:

- Content von Marketing-, Vertriebs- oder Schulungsteams ist nur schwer zu finden, da er an verschiedenen Speicherorten abgelegt ist. Das kostet Zeit, die dann für umsatzsteigernde Aktivitäten fehlt.
- Die Personalisierung von Vertriebs- und Marketinginhalten, die nötig ist, um das Interesse von Käufern zu wecken und ein optimales Kundenerlebnis zu bieten, ist zu zeitaufwändig und mühsam.
- Meetings, die wichtigsten Kontaktpunkte zwischen Käufern und Vertrieb, nehmen mit der Vor- und Nachbereitung zu viel Zeit in Anspruch, und Vertriebsmitarbeitern mangelt es oft an den Fähigkeiten, um Meetings effektiv und nachhaltig durchzuführen.
- Schulungsmaßnahmen sind schwer zu skalieren und es fehlen aussagekräftige Daten über ihren Erfolg. Onboardings dauern zu lange, weiterführende Schulungen sind schwer verdaulich und Coaching-Sessions können reale Situationen nur unzureichend simulieren.

⁴ <https://www.salesforce.com/resources/articles/customer-engagement/>

⁵ <https://www.forrester.com/blogs/the-new-digital-sales-experience-dsx-manifesto/>



Enablement-Technologie bringt Technologien zusammen

B2B-Vertriebsmitarbeiter und die Teams, die ihre Arbeit unterstützen, brauchen eine einheitliche und benutzerfreundliche Lösung, bei der alle Tools zusammenarbeiten, Daten geteilt werden, eine einfache Abstimmung zwischen Teams möglich ist, und gleichzeitig die Anforderungen heutiger B2B-Käufer erfüllt werden. Sie benötigen eine Enablement-Plattform – und dabei ist nicht jede Lösung gleich gut geeignet.

Seismic ist weltweit führend im Bereich Enablement und das aus gutem Grund

Seismic integriert mit über 150 CRM-Systemen (Customer Relationship Management), Content-Ablagesystemen, E-Mail-Plattformen, Datenquellen und weiteren Softwarelösungen, sodass Unternehmen nicht länger auf unterschiedliche Anwendungen angewiesen sind, die zu unzusammenhängenden Daten, Unstimmigkeiten zwischen Teams und einer Überforderung mit Tools führen.

Finden Sie heraus, wie Seismic Vertriebsmitarbeiter und Teams bei den größten B2B-Herausforderungen der heutigen Zeit unterstützt.

Relevanter Content - schnell und einfach auffindbar

Inhalte sind an zu vielen Orten verteilt

Um das Interesse heutiger Käufer zu wecken, müssen Vertriebsmitarbeiter Inhalte bereitstellen, die auf deren individuelle geschäftliche Herausforderungen eingehen, sie in ihrer Entscheidungsfindung unterstützen, und das über die digitalen Kanäle, die sie nutzen, z. B. E-Mail und soziale Medien. Das ist allerdings leichter gesagt als getan, denn Content-Assets sind oft an verschiedenen Ablageorten gespeichert und Suchfunktionen liefern nicht immer das gewünschte Ergebnis. Dieses oft frustrierende Benutzererlebnis untergräbt den ursprünglichen Zweck dieser Tools und kostet Zeit, die dann für umsatzrelevante Tätigkeiten wie Kundenakquise, Verkauf und die Pflege von Kundenbeziehungen fehlt.

95%

der B2B-Kaufentscheidungen werden direkt durch Content beeinflusst.

Quelle: <https://www.prezendor.com/reports-and-guides/the-state-of-b2b-sales-2023/>

Seismic findet relevante Inhalte in Sekunden

Seismic zentralisiert sämtliche Assets in einer zentralen Bibliothek, die mit den intuitiven Such-, Filter- und Navigationsfunktionen sowie praktischen Vorschauansichten für jedes Dokument leicht zu finden sind. Dabei verlässt sich Seismic nicht nur auf Schlagwörter, sondern zieht auch integrierte Plattformen wie Ihr CRM in Betracht und wandelt Vertriebsdaten wie Leads, Kontakte, Opportunities und Informationen über Mitbewerber mithilfe von künstlicher Intelligenz (KI) in Echtzeit in gezielte Content-Empfehlungen um. Seismic integriert mit vielen Content-Repositories und File-Sharing-Plattformen, darunter Google Drive, SharePoint und Dropbox. Die Content-Metadaten einiger Plattformen können mit der Seismic Bibliothek synchronisiert werden, wodurch sogar Ordnerstrukturen übernommen werden können. Isolierte Systeme werden somit zusammengeführt, das häufige Wechseln zwischen Systemen entfällt und Content ist schnell und einfach zu finden.

Content-Personalisierung automatisiert und mühelos

Die Individualisierung von Inhalten dauert zu lange

Das schnelle Wiederfinden relevanter Inhalte ist nur der Anfang. Wenn Vertriebsmitarbeiter die Aufmerksamkeit von Käufern gewinnen, eine vertrauenswürdige Online-Präsenz aufbauen und Interessenten zu Kunden machen wollen, müssen die Informationen, die sie teilen, auf sie zugeschnitten sein, insbesondere im weiteren Verlauf des Sales Funnels bei Meetings (mehr dazu später). Die richtigen Inhalte müssen also nicht nur zum passenden Zeitpunkt mit Käufern geteilt werden, sondern die Assets, wie E-Mails, Angebote und Präsentationen müssen auch gezielt personalisiert werden – eine oft manuelle Tätigkeit, bei der zwischen Tools hin- und hergeschaltet wird, verschiedene Dokumente geöffnet werden, Texte überflogen sowie Textstellen kopiert und eingefügt werden müssen.

Personalisierung zahlt sich aus – mit Seismic

Seismic bietet leistungsstarke Automatisierungsfunktionen, mit denen Vertriebsmitarbeiter in kürzester Zeit kundenspezifische Materialien und Präsentationen erstellen können, ohne dass sie Dokumente herunterladen oder bearbeiten müssen. Sie können auf Vorlagen zugreifen, Folien zusammenstellen und Kundenbeispiele in Präsentationen einfügen, ohne PowerPoint dafür zu verlassen. Durch die Beantwortung vordefinierter Fragen bei Erstellung einer neuen Präsentation werden automatisch die passenden Folien aus der zentralen Content-Bibliothek von Seismic abgerufen.

Unternehmen mit guten Personalisierungslösungen erzielen

40%

mehr Umsatz als Unternehmen mit weniger effektiven Lösungen.

Quelle: <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying>

Mitarbeitende verbringen umgerechnet fünf Arbeitswochen pro Jahr damit, sich mit einer neu implementierten Anwendung vertraut zu machen.

Quelle: <https://hbr.org/2022/08/how-much-time-and-energy-do-we-waste-toggling-between-applications>



Erfolgreiche Meetings replizierbar machen

Content-Personalisierung automatisiert und mühelos

Meetings, ob nun in Person oder digital, sind ein entscheidender Punkt in der Buyer Journey. Von ihrem Verlauf hängt es meist ab, ob ein Geschäftsabschluss zustande kommt oder nicht. Sie sind ein Schlüsselereignis, das Vertriebsmitarbeiter unter enormen Druck setzt. Im Vorfeld eines Meetings müssen sie ihre Präsentationstechniken schärfen, mit ihrem Deal-Team zusammenarbeiten und überzeugende Materialien zusammenstellen. Während des Meetings müssen sie ihre Inhalte nahtlos präsentieren, gleichzeitig Notizen machen, auf die wesentlichen Punkte des Käufers eingehen und unerwartete Fragen aus dem Stegreif beantworten können. Nach dem Meeting gilt es, auf die wichtigsten Anliegen des Käufers zurückzukommen, offen gebliebene Fragen zu beantworten und ergänzende Materialien zu teilen, die das Kaufinteresse weiter fördern.

Hinzu kommt, dass erfolgreiche Meetings nicht weiter untersucht werden können. Der Erfahrungsbericht des Vertriebsmitarbeiters allein gibt Aufschluss über den Verlauf und die Vorgehensweise. Aufgezeichnete Meetings sind zwar hilfreich, aber schon die Durchsicht eines einzelnen Gesprächsverlaufs ist zeitaufwändig, ganz zu schweigen von zehn, hundert oder noch mehr. Wenn Vertriebsteams und Führungskräften sowie ihren Kollegen aus den Bereichen Enablement und Marketing jedoch konkrete Daten zu den häufigsten Faktoren erfolgreicher Meetings zur Verfügung stehen würden, könnten sie diese als Grundlage für die Entwicklung zukünftiger Content-Assets und Schulungsmaßnahmen nutzen und Erfolge gezielt skalieren.

Seismic vereinfacht das Meeting-Management mit direkten Einblicken in das Geschehen

Mit Seismic for Meetings können alle Unterlagen für eine Besprechung in einer Playlist zusammengefügt werden, sodass sie mit nur einem Mausklick abrufbar sind. Seismic for Meetings erstellt mithilfe von KI automatisch eine präzise Zusammenfassung des Termins, indem eine vollständige Transkription erstellt wird. Darüber hinaus werden die wichtigsten Themen identifiziert, wer darüber gesprochen hat und in welcher Intensität. Vertriebsmitarbeiter können so während des Meetings präsenter sein und sich voll und ganz auf den Käufer konzentrieren. Sämtliche Informationen können schnell zusammengefasst und geteilt werden, ohne dafür die Plattform verlassen zu müssen.

Auch für Enablement- und Marketing-Teams sind die Daten nach dem Meeting hilfreich, denn so können sie nachvollziehen, welche ihrer Maßnahmen wirklich funktionieren, und Strategien optimieren. Durch das Nachverfolgen von Content, Schlüsselbegriffen, Themen und Fragen kann das Enablement-Team feststellen, ob Vertriebsmitarbeiter die geschulten Kernbotschaften, Positionierungen und technischen Details wirklich verinnerlicht haben. Sie können auch ermitteln, wer in Meetings zu viel oder zu wenig redet, und individuelles Coaching bereitstellen, um die Kommunikationsfähigkeiten zu verbessern. Ebenso können Marketing-Teams sehen, welche Inhalte und sogar welche einzelnen Folien bei Käufern auf Resonanz stoßen, von wie vielen Vertriebsmitarbeitern sie eingesetzt werden, wer diese Personen sind und wie viele davon gute Leistungen erbringen.



Schulungen für Vertriebsteams - skalierbar und trotzdem individuell

Schulungsprogramme sind nicht zeitgemäß

Damit neue Vertriebsmitarbeiter ihre Quoten erfüllen, müssen sie schnell lernen, wie sie das Wertversprechen ihres Unternehmens effizient und effektiv vermitteln können. Je länger sie dafür brauchen, desto länger dauert es, bis sie ihre Verkaufsziele erreichen, und desto mehr Ressourcen sind erforderlich, um ihre Leistung zu verbessern. Darüber hinaus müssen neue und auch erfahrene Mitarbeitende kontinuierlich geschult und weiterentwickelt werden.

Vertriebsmitarbeiter müssen nicht nur über neue Produkteinführungen und -aktualisierungen, geänderte Kommunikationsmaßnahmen und Positionierungen, neue Verkaufstaktiken, aktuelle Branchenentwicklungen und neue Verkaufsmaterialien informiert werden, sondern auch ihre digitale Kommunikationsfähigkeit mit Kunden ausbauen. Dafür benötigen sie leicht verständliche und einprägsame Lernformate, mit denen sie neue Informationen aufnehmen und diese später nach Bedarf abrufen können. Zudem sollten sie Soft Skills praxisorientiert trainieren und weiterentwickeln können.

Wie jede andere organisatorische Maßnahme sollten auch Schulungsmaßnahmen durch den Vergleich aktueller und früherer Kennzahlen ausgewertet werden können, um deren Erfolg bei einzelnen Mitarbeitenden und im gesamten Unternehmen nachzuweisen. Die Optimierung von Schulungsmethoden und das Erfassen von Lerndaten für Hunderte oder Tausende von Mitarbeitenden ist jedoch nach wie vor eine Herausforderung, vor allem dann, wenn Unternehmen einen unzusammenhängenden Mix aus HR-Software, komplexen Lernmanagementsystemen, Umfrageplattformen und E-Mails nutzen.

48%

der Vertriebsmitarbeiter sagen, dass sie kein angemessenes Coaching erhalten, aber 82 % der Führungskräfte geben an, dies zu bieten.

Quelle: <https://gtmnow.com/coaching-for-sales-success/>



Mit Seismic kann der Erfolg von On-Demand-Schulungen nachgewiesen werden

Seismic Learning, eine eigens dafür entwickelte Schulungsumgebung innerhalb der Seismic Plattform, ermöglicht die einfache Erstellung, Überarbeitung und Bereitstellung von mobilfreundlichen Lerneinheiten, die Mitarbeitende auf ihrem Desktop, Tablet oder Smartphone aufrufen können. Die medienreichen Lektionen mit Bildern, Videos, Übungsmodulen und Quizfragen sind mit wenigen Klicks erstellbar. Seismic Learning kann außerdem reale Kundeninteraktionen mit Übungsanrufen simulieren, bei denen KI-gesteuerte Stimmungsanalysen die Klarheit, das Selbstvertrauen und die Glaubwürdigkeit eines Vertriebsmitarbeiters bei Präsentationen und Pitches messen. Das System erkennt zum Beispiel automatisch, ob ein Vertriebsmitarbeiter bestimmte Füllwörter häufig verwendet, und bezieht dies in die Bewertung und das Feedback mit ein.

Mitarbeitende behalten das Gelernte weitaus besser, wenn die Inhalte auf reale Szenarien abgestimmt sind und praktische Übungen enthalten, mit denen das Gelernte angewendet werden kann.

Anhand dieser und weiterer Daten, wie z. B. abgeschlossene Lektionen, Quiz-Performance und verbesserte Fähigkeiten, kann Seismic Learning personalisierte Lernpfade erstellen, die jeden Vertriebsmitarbeiter schnell an den Punkt bringen, der für erfolgreichere Arbeit erforderlich ist. Die Ergebnisse einzelner Mitarbeitende werden außerdem aggregiert und zeigen die generellen Stärken und Verbesserungspotenziale im gesamten Unternehmen auf. Lernstrategien können so bedarfsgerecht angepasst werden. Durch diese aggregierten Daten kann Feedback, das auf viele Mitarbeiter gleichzeitig zutrifft, wiederverwendet werden, wodurch Vorgesetzten stundenlange redundante Eingaben erspart bleiben.

Im Hinblick auf Meetings - die wichtigsten Kontaktpunkte zwischen Vertrieb und Käufern - decken die KI-generierten Daten von Seismic for Meetings Muster auf, aus denen hervorgeht, warum einige Vertriebsmitarbeiter in diesen Bereichen erfolgreicher sind als andere. Diese Informationen können in Onboarding-, Schulungs- und Coaching-Programme integriert werden, die wiederum in Seismic Learning einfließen.

Quelle: <https://www.linkedin.com/pulse/reasons-poor-employee-learning-retention-how-can-improve-kapadia/>

Seismic wurde für erfolgreichen B2B-Vertrieb entwickelt

Der Erfolg von Vertriebsmitarbeitern im B2B-Bereich hängt von ihrer Fähigkeit ab, Glaubwürdigkeit herzustellen, Beziehungen zu potenziellen Kunden aufzubauen und Kundenbeziehungen zu pflegen, insbesondere über digitale Kanäle. Dafür müssen sie schnell handeln und die wenigen Chancen, die sie bei heutigen Käufern haben, effektiv nutzen. Käufer dagegen schieben die Kommunikation mit Vertriebsmitarbeitern so lange auf, bis sie selbst gut informiert sind.

Aussagekräftiger Content allein reicht nicht aus; Vertriebsmitarbeiter müssen diese Unterlagen auch schnell finden können, wenn sie sie brauchen. Personalisierter Content allein reicht nicht aus; Vertriebsmitarbeiter müssen diesen auch schnell und fehlerfrei erstellen können. Auch klassische Schulungsmethoden reichen nicht mehr aus, da Vertriebsmitarbeiter ihre Fähigkeiten on-demand trainieren

können müssen, insbesondere vor einem Kundengespräch - ein Kontaktpunkt, der noch nahtloser sein könnte und der eine Fülle von skalierbaren Insights birgt, wenn diese zugänglich sind.

Seismic macht das und noch mehr möglich.

Sie wollen Seismic in Aktion erleben?

Sprechen Sie mit unserem Team.



Über Seismic

Seismic ist der weltweit führende Anbieter im Bereich Enablement, der Unternehmen dabei unterstützt, Kunden zu begeistern, Teams zu befähigen und das Umsatzwachstum zu beschleunigen. Die Seismic Enablement Cloud™ ist die leistungsfähigste ganzheitliche Enablement-Plattform, die kundenseitige Teams mit den richtigen Kompetenzen, Content, Tools und Insights ausstattet, um zu wachsen und zu gewinnen. Mehr als 2.000 Organisationen auf der ganzen Welt, von den größten Unternehmen bis hin zu Start-ups und kleinen Unternehmen, vertrauen Seismic bei der Erfüllung ihrer Enablement-Anforderungen. Seismic hat seinen Hauptsitz in San Diego und verfügt über Niederlassungen in Nordamerika, Europa und Australien.

Besuchen Sie **Seismic.com/de**, um mehr zu erfahren, und folgen Sie uns auf **LinkedIn**, **X (vorher Twitter)** und **Instagram**.