

LEITFADEN

Sales content management

Wenn Sie Ihre Vertriebsmaterialien zentralisieren, kann Ihr Vertrieb relevante Inhalte leicht finden und mit potenziellen Kunden teilen. Erfahren Sie, wie Unternehmen genau das mit Sales Content Management erreichen – und vieles mehr.



Contents

Die Relevanz von Sales Content Management	4
Die Vorteile von Content Management	5
Was ist ein Sales ContentManagement System?	6
Wie Sie Sales Content Management Tools einsetzen	7
Wichtige Funktionen und Eigenschaften	8
Sales Content Management mit Seismic	9



Zusammenfassung



Sicherlich verfügt Ihr Unternehmen über zahlreiche Vertriebsmaterialien, die Ihre Teams im Verkaufsprozess einsetzen. Sind diese Dokumente für Vertriebsteams auch einfach zu finden, zu personalisieren und zu teilen? Oder verbringen sie täglich Stunden mit der Suche nach der passenden Unterlage? Unternehmen und Mitarbeiter brauchen eine zentrale, gut strukturierte Content-Bibliothek, um in ihren Funktionen erfolgreich zu sein. Genau da setzen Prozesse für Sales Content Management an.

Die Prüfung von Pitch Decks, Aktualisierung veralteter Fact Sheets und Suche nach passenden Whitepapers kostet den Vertrieb viel Zeit. [Aktuelle Studien](#) zeigen, dass ein Vertriebsmitarbeiter durchschnittlich 440 Stunden pro Jahr mit der Suche nach geeignetem Content verbringt, um diesen mit Interessenten und Kunden zu teilen. Die permanente Suche nach passendem Content mindert die Produktivität und birgt das Risiko, dass wichtige Geschäftsabschlüsse ins Stocken geraten oder gar scheitern.

Da Content für den Vertrieb derart wichtig ist, sollten Unternehmen einen gut strukturierten Sales Content Management-Prozess einrichten. Dieser definiert den Prozess der Erstellung, Organisation, Sicherung und Freigabe von Content an einem zentralen Ort. Dadurch wird sichergestellt, dass Vertriebsmitarbeiter relevante Materialien zum passenden Zeitpunkt finden, personalisieren und mit Kunden teilen können.



Die Relevanz von Sales Content Management

Ihr Vertrieb arbeitet in einer wettbewerbsintensiven und sich ständig verändernden Umgebung. Angesichts des Übergangs zu Remote- und Hybrid-Teams und veränderten Kundenanforderungen müssen GTM-Teams [virtuelle Vertriebswege](#) nutzen, um mit Kunden in Kontakt zu treten und nachhaltige Beziehungen aufzubauen.

Käufer recherchieren zudem Produkte und Services, vergleichen Mitbewerber und sehen sich Kundenrezensionen an, bevor sie mit Ihrem Vertrieb sprechen. Wenn sie schlussendlich den Kontakt zu Ihrem Vertriebsteam suchen, erwarten sie hilfreiche Informationen, die auf ihre individuellen Fragen Bezug nehmen. Vertriebsmitarbeiter, die auf diese Bedürfnisse eingehen und relevante Vertriebs- und Marketinginhalte zum richtigen Zeitpunkt bereitstellen, bieten ihren Kunden Mehrwert und führen sie durch den Verkaufsprozess.



Die Vorteile von Content Management

Die Einrichtung einer Single Source of Truth für Ihre Sales Enablement-Ressourcen schafft erhebliche Vorteile. Sie hilft nicht nur dem Vertrieb, in seiner Rolle erfolgreicher zu werden, sondern sorgt auch für:

Gesteigerte Produktivität

Vertriebsmitarbeiter verbringen fast 70 % ihrer Zeit mit verkaufsfremden Tätigkeiten, unter anderem mit der Suche nach Content. Wenn sie jedoch wissen, wo sie Verkaufsunterlagen finden, sparen sie diese Zeit und konzentrieren sich auf ihre wichtigste Aufgabe: **den Verkauf.**

Präzise Kommunikation & mehr Content-Nutzung

Ca. 65 % der vom Marketing erstellten Materialien werden von Vertriebsmitarbeitern nicht genutzt. Stattdessen investieren sie Zeit in die Erstellung eigener Inhalte, wodurch das Risiko falscher Inhalte und uneinheitlicher Markendarstellungen steigt. Sales Content Management stellt sicher, dass die vom Marketing erstellten und genehmigten Inhalte vom Vertrieb gesehen und eingesetzt werden.

Vereinfachte & beschleunigte Verkaufsprozesse

Wenn Vertriebsmitarbeiter relevante und personalisierbare Materialien erhalten, können sie Interessenten mit zugeschnittenen, relevanten und hilfreichen Informationen versorgen. Dadurch werden Verkaufszyklen beschleunigt und potenzielle Kunden schneller durch den Kaufprozess geführt.



WUSSTEN SIE SCHON?

Vertriebsmitarbeiter verbringen

440

Stunden im Jahr mit der Suche nach Content, um ihn mit Interessenten und Kunden zu teilen.

Was ist ein Sales Content Management System?

Um einen effizienten Content Management-Prozess zu schaffen, setzen Unternehmen zunehmend auf Content Management Systeme (CMS). Ein Content Management System ist eine Software, die Vertriebs- und Marketing-Content an einem zentralen Ort speichert. Dadurch können GTM-Teams direkt in der Sales Enablement-App die passenden Unterlagen suchen und finden. Gute Content Management Systeme speichern nicht nur Content, sondern automatisieren auch Prozesse, bieten dem Vertrieb individuelle Anpassungsmöglichkeiten und schlagen ihnen weitere hilfreiche Unterlagen vor. Mithilfe dieser Funktionen erhalten die Vertriebsteams schnell alle relevanten Informationen für ihre Kunden und treiben Geschäftsabschlüsse schneller voran.



Wie Sie Sales Content Management Tools einsetzen

Content Management Systeme eignen sich hervorragend, um die Vertriebsprozesse und Workflows Ihres Vertriebsteams zu vereinfachen. Darüber hinaus bieten diese Sales Enablement-Tools viele weitere Möglichkeiten für GTM-Organisationen:

Kunden vor und nach Meetings aktivieren

Im virtuellen Vertriebsumfeld ist jeder Moment, den der Vertrieb mit einem Käufer verbringt, wichtig. Mit einem Sales Content Management Tool kann Ihr Vertrieb vor und nach Meetings mühelos relevante Unterlagen abrufen und teilen und gleichzeitig Fragen stellen oder beantworten, um Beziehungen zu vertiefen. Käufer können diese Inhalte beliebig oft aufrufen und mit anderen Stakeholdern teilen.

Compliance sicherstellen

Content Management Systeme stellen sicher, dass versendeter Content immer aktuell, markenkonform und mit branchen- oder unternehmensspezifischen Vorschriften konform ist. CMS bieten dem Vertrieb so viel oder so wenig Flexibilität bei der Content-Anpassung, wie die Vertriebsleitung freigibt. Teams können Sales Enablement-Software auch für Content-Freigabeprozesse nutzen, bevor Unterlagen mit internen und externen Zielgruppen geteilt werden.

Content-Nutzung und Engagement tracken

Marketing-Teams investieren viel Zeit und Ressourcen in die Erstellung hochwertiger Verkaufsunterlagen, wissen aber oft nicht, ob und wie diese Inhalte genutzt werden. Mit einem Content Management System können Assets, die Vertriebsmitarbeiter aufrufen und teilen, genau verfolgt werden. Das System liefert dem Vertrieb außerdem Daten darüber, wie Käufer auf die Inhalte reagieren. Diese Insights dienen Unternehmen als wertvolle Entscheidungshilfen für die Planung und Weiterentwicklung ihrer Sales Enablement-Strategie.

LESEN SIE MEHR

Sales Content neu gedacht
[E-Book lesen](#)

Wichtige Funktionen und Eigenschaften

Wenn Ihr Unternehmen ein CMS für Sales Content einführen oder modernisieren will, sollten Sie vor dem Kauf einige Punkte beachten. Gute Sales Enablement-Software muss die Herausforderungen Ihrer Vertriebsmitarbeiter lösen und gleichzeitig den Vertriebsprozess optimieren. Hier sind nur einige der Funktionen, die wir empfehlen.

- **Unterstützung aller Dateiformate:** Ihre Vertriebs- und Marketing-Inhalte liegen wahrscheinlich in Form von PDFs, PPT-Präsentationen, Word-Dokumenten, Videos und vielen mehr vor. Stellen Sie sicher, dass das von Ihnen gewählte CMS alle Dateitypen unterstützt, die in Ihrem Unternehmen verwendet werden.
- **Zugriffsrechte und Kontrollfunktionen:** Bei einigen Content Management Systemen können Verantwortliche und Administratoren spezifische Berechtigungen für die Bearbeitung von Content festlegen. Wenn Ihr Unternehmen in einer stark regulierten Branche tätig ist oder gewährleisten will, dass Unterlagen stets markenkonform sind, sollten Sie ein Tool wählen, mit dem Sie die Einstellungen für Bearbeitungsbereiche so flexibel wie möglich gestalten können.
- **Einfacher Zugriff:** Die Umstellung auf virtuellen Vertrieb bedeutet auch, dass Remote Work und die Arbeit über Mobilgeräte zugenommen hat. Achten Sie daher darauf, dass Ihr gewähltes Sales Enablement-Tool Ihren Vertriebsteams einfachen Zugriff von Rechnern und Mobilgeräten aus bietet.
- **Integrationen:** Ihr CMS ist vermutlich ein Element einer größeren Sales Enablement-Strategie. Stellen Sie sicher, dass Ihr gewähltes Tool mit den anderen Tools Ihres Sales Tech-Stacks integriert, um einen nahtlosen Workflow für Ihr GTM-Team zu garantieren. Oder entscheiden Sie sich für eine [zentrale Plattform](#), die alle Tools enthält, die Ihr Team täglich benötigt.
- **Analytik und Reporting:** Sie sollten unbedingt auswerten können, welchen Einfluss Ihre Materialien auf Geschäftsabschlüsse und Umsätze haben. Achten Sie darauf, dass Ihr Content Management System leistungsstarke Daten- und Reporting-Funktionen bietet, damit Sie nachverfolgen können, welche Unterlagen der Vertrieb einsetzt, welche Art von Inhalten Käufer besonders anspricht und welche Assets in den einzelnen Phasen des Verkaufsprozesses besonders erfolgreich sind.

Sales Content Management mit Seismic

Ihr Unternehmen ist so weit, seinen [Content Management-Prozess](#) zu optimieren? Die branchenführende Sales Enablement-Software von Seismic bietet ein leistungsstarkes CMS für die einfache Erstellung, Speicherung, Anpassung und Freigabe von Content. Ihr Vertrieb erhält für jeden Kundenkontakt die passenden Materialien, wodurch Verkaufszeiten verkürzt und höhere Win Rates erzielt werden. Erfahren Sie, wie [einer unserer Kunden](#) die Wahrscheinlichkeit von Geschäftsabschlüssen durch Bereitstellung von Content über Seismic um 35 % steigern konnte. Sie wollen mehr über die Sales Enablement- und Content Management-Tools von Seismic erfahren? [Fordern Sie eine Demo an.](#)



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](#), [Twitter](#) und [Instagram](#).

Website besuchen →

