



# KOMOR

## IHR B2B SALESPROFI

BEWEGEN | VERÄNDERN | VERBINDEN

Tech & Sales Verlagsforum 2023

Einfach weiter so geht nicht!

Ralf H. KOMOR  
SALES CAPTAIN.  
INTERIM. INTERIM SALES MANAGER



# Tech & Sales Verlagsforum 2023

---

01

INTRO

02

HERAUSFORDERUNGEN AN DEN  
VERTRIEB

03

PRAXISBEISPIEL

04

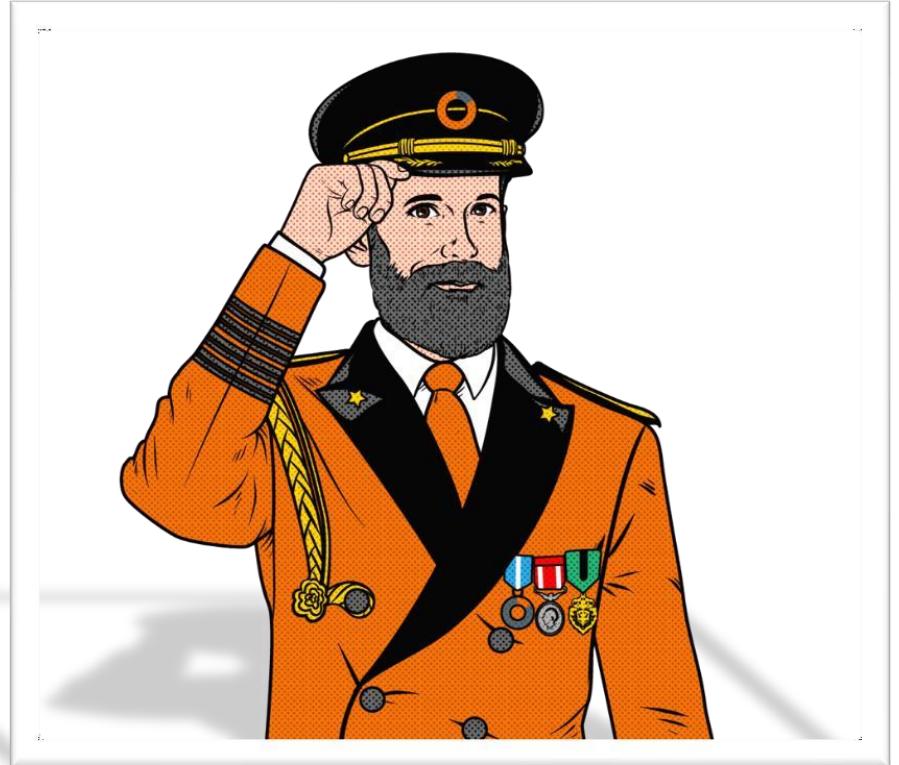
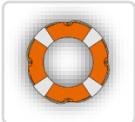
FAQ



# Welcome on Bord!

---

SALES CAPTAIN. INTERIM



# **10 THESEN ZU DEN HERAUSFORDERUNGEN AN DEN B2B VERTRIEB**

---

AUF DIESE VERÄNDERUNGEN IM  
VERTRIEB SOLLTEN SIE SICH  
EINSTELLEN



# 1.

---

- ❖ Sämtliche Informationsquellen müssen über ein Content-Management-System aktiv gemanagt werden.
- ❖ On/offline, soziale Netzwerke, Blogs, Video, Influencer.
- ❖ Begreife soziale Netzwerke als wichtigen Kanal.

# THE INTERNET IN 2023 EVERY MINUTE

1.

- ❖ Exponentielles Wachstum: die Hälfte der gespeicherten Daten ist erst EIN JAHR ALT ...



Created by: eDiscovery Today & LTMG

## 2.

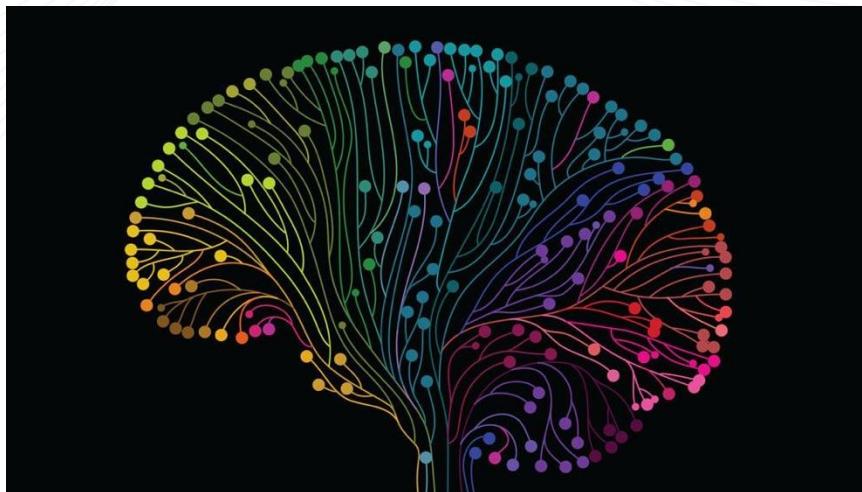
---

- ❖ Wir leben in "Amazonien"!
- ❖ Gestalte einfache und stabile Einkaufsprozesse (Ein-Klick-Kauf).
- ❖ Der Umsatz verlagert sich auf standardisierte Handelsplattformen (Amazon, Mercateo, Alibaba, ..., bzw. Branchen-Plattformen).

# 3.

---

- ❖ Werde schneller in den Prozessen.
- ❖ Analysiere und optimiere die Verkaufszyklen: win fast, loose fast.
- ❖ Künstliche Intelligenz und Blockchain-Technologie befeuern das Ganze.



### **3. Wie sich die KI auf den B2B-Verkaufsprozess auswirkt**

---

- ❖ Automatisierung von Routineaufgaben

Vertriebsmitarbeiter haben mehr Zeit, sich auf komplexere Aspekte ihrer Arbeit zu konzentrieren.

- ❖ Verbesserte Datenanalyse

KI kann große Mengen an Daten analysieren und Muster erkennen, die für Menschen schwer zu erkennen sind.

- ❖ Personalisierung

KI kann den Verkaufsprozess zu personalisieren: Account Based Marketing.

### **3. Wie sich die KI auf den B2B-Verkaufsprozess auswirkt**

---

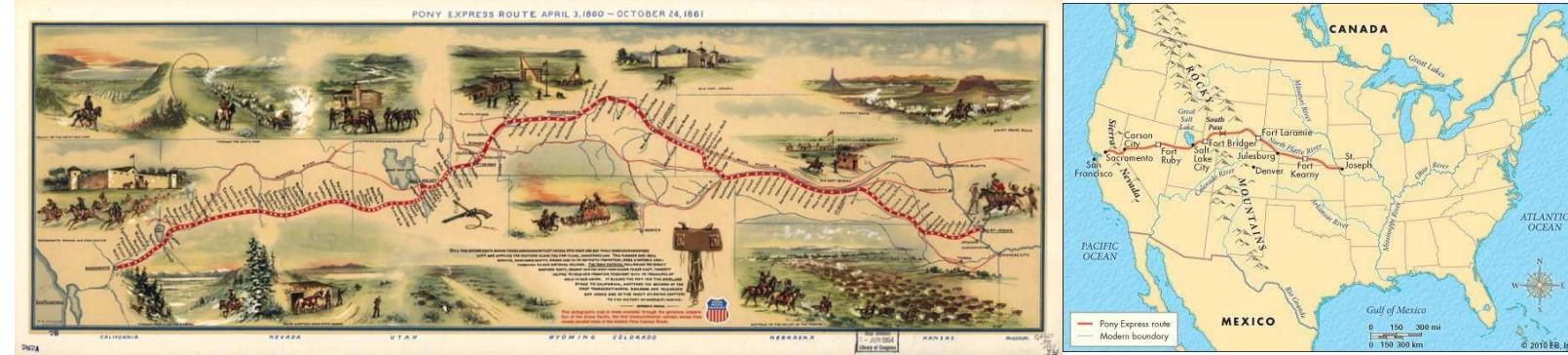
- ❖ Verbesserter Kundenservice

Chatbots beantworten Kundenfragen oder erstellt Prognosen über Kundenanfragen, damit diese proaktiv behandelt werden können.

- ❖ Absatzprpgnosen

KI-Modelle sagen auf Basis historischer Verkaufsdaten zukünftige Verkaufstrends vorher. Dies könnte Unternehmen helfen, ihre Verkaufsstrategien anzupassen und effektiver zu planen (Lagerhaltung, Fertigungsplanung).

### 3. PONY EXPRESS



- ❖ US-Postzustellung durch kontinuierliche Pferde-Relais zwischen St. Joseph, Missouri, und Sacramento, Kalifornien.
- ❖ Der Pony Express hatte eine durchschnittliche Lieferzeit von nur 10 Tagen.
- ❖ Die Bestleistung des Unternehmens kam im März 1861, als die Reiter die Eröffnungsansprache von Abraham Lincoln von Nebraska nach Kalifornien in nur sieben Tagen und 17 Stunden übermittelten.
- ❖ Die Pony Express Route war fast 3.200 km lang, hatte 153 Stationen, 500 Mustang-Pferde und dauerte nur 10 Tage.
- ❖ Jeder Reiter ritt etwa 150 km und wechselte ungefähr alle 20 km die Pferde.

## 3. Disruptive Technologie

---

- ❖ Am 24. Oktober 1861, stellte Western Union die transkontinentale Telegrafenleitung in Salt Lake City fertig.
- ❖ Nur zwei Tage später stellte der Pony Express den Dienst ein.
- ❖ 18 Monate: 3. April 1860 bis 26. Oktober 1861.
- ❖ 200.000 \$ Verlust (5 Mio. \$).



# 4.

---

- ❖ Die Kunden hören nicht mehr zu.
- ❖ Sie wollen gleich konkrete Antworten.
- ❖ Kunden lernen schneller.

# 4.

---

❖ Niemand braucht einen sprechenden Produktkatalog, denn wir haben das hinhören verlernt:

- Was heißt "I dont know"?
- Ich weiß es nicht
- Egal, trotzdem danke

# 5.

---

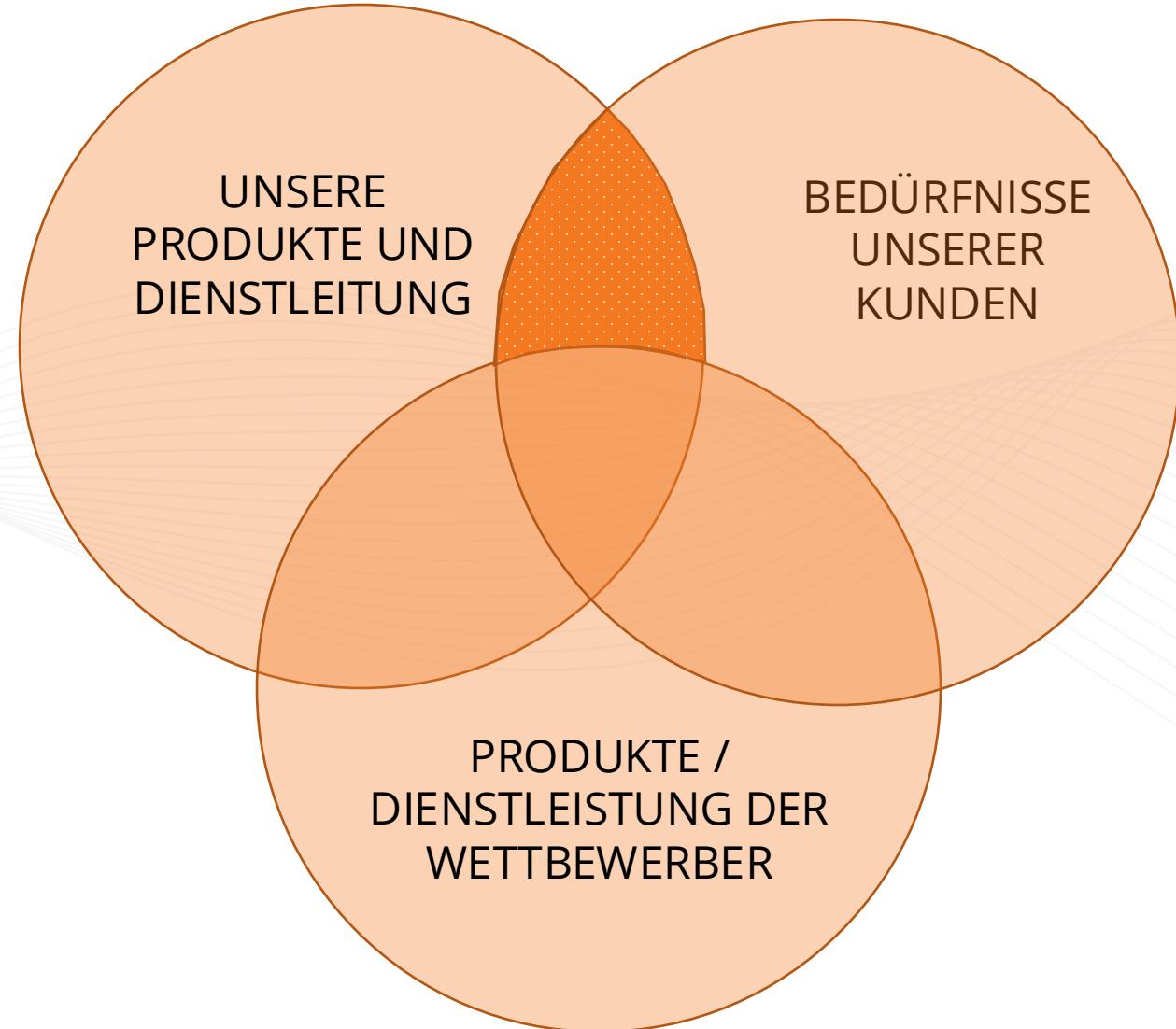
- ❖ Fokussiere dich auf die Generation Y, da sie die wachsende Einkaufsmacht darstellt.
- ❖ Die GenZ steht schon bereit!
- ❖ Motto: "Share and Win".
- ❖ Influencer bauen Tribes (Gefolgschaften) auf

# 6.

---

- ❖ Vielen Produkten droht die Kommodifizierung.
- ❖ Eine Differenzierung zu Wettbewerbern ist kaum noch möglich.
- ❖ Den Unterschied machen (digitale) Services, der Mehrwert und die Customer Experience (CX).

# VALUE / MEHRWERT



QUELLE: D. ZUPANCIC



**Everyone**



**Target Market Segments**



**Personas**

**'Everyone' is not your customer.**

# 7.

---

- ❖ Vertrieb & Marketing verschmelzen.
- ❖ Die Informations-und Entscheidungsprozesse verlagern sich ins Internet, dort entstehen zentrale Datenhubs und Plattformen.

# 8.

---

- ❖ Der Vertriebler wird zum spezialisierten Berater.
- ❖ Er wird nur noch im letzten Drittel des Entscheidungsprozesses gebraucht - oftmals dann im Team.
- ❖ 2/3 des Weges geht der Kunde alleine!

# 9.

---

- ❖ Nutze interaktive, haptische Tools.
- ❖ Weg von Sales Rep-Guided Selling, hin zum VR-gestützten Konfigurator.
- ❖ Nutze interactive XR-Technologien.
- ❖ MetaSales emotionalisiert den Einkaufsprozess.



# Virtuelle Realität im B2B-Sektor

Was Unternehmen tun können, um sich auf das  
Metaverse vorzubereiten



<https://metasales-excellence.com/>

# 10.

---

- ❖ Alte Regeln gelten nicht mehr.
- ❖ Es wird nie mehr so langsam sein, wie heute. Das Wachstum wird exponentiell.
- ❖ Es braucht eine neue, agilere Verkaufskultur:

# 10.

---

- ❖ *Volatility*
- ❖ *Uncertainty*
- ❖ *Complexity*
- ❖ *Ambiguity*
- ❖ *(Unbeständigkeit, Unsicherheit, Komplexität, Mehrdeutigkeit)*

- ❖ Vision
- ❖ Understanding
- ❖ Clarity
- ❖ Agility

# 10.

---

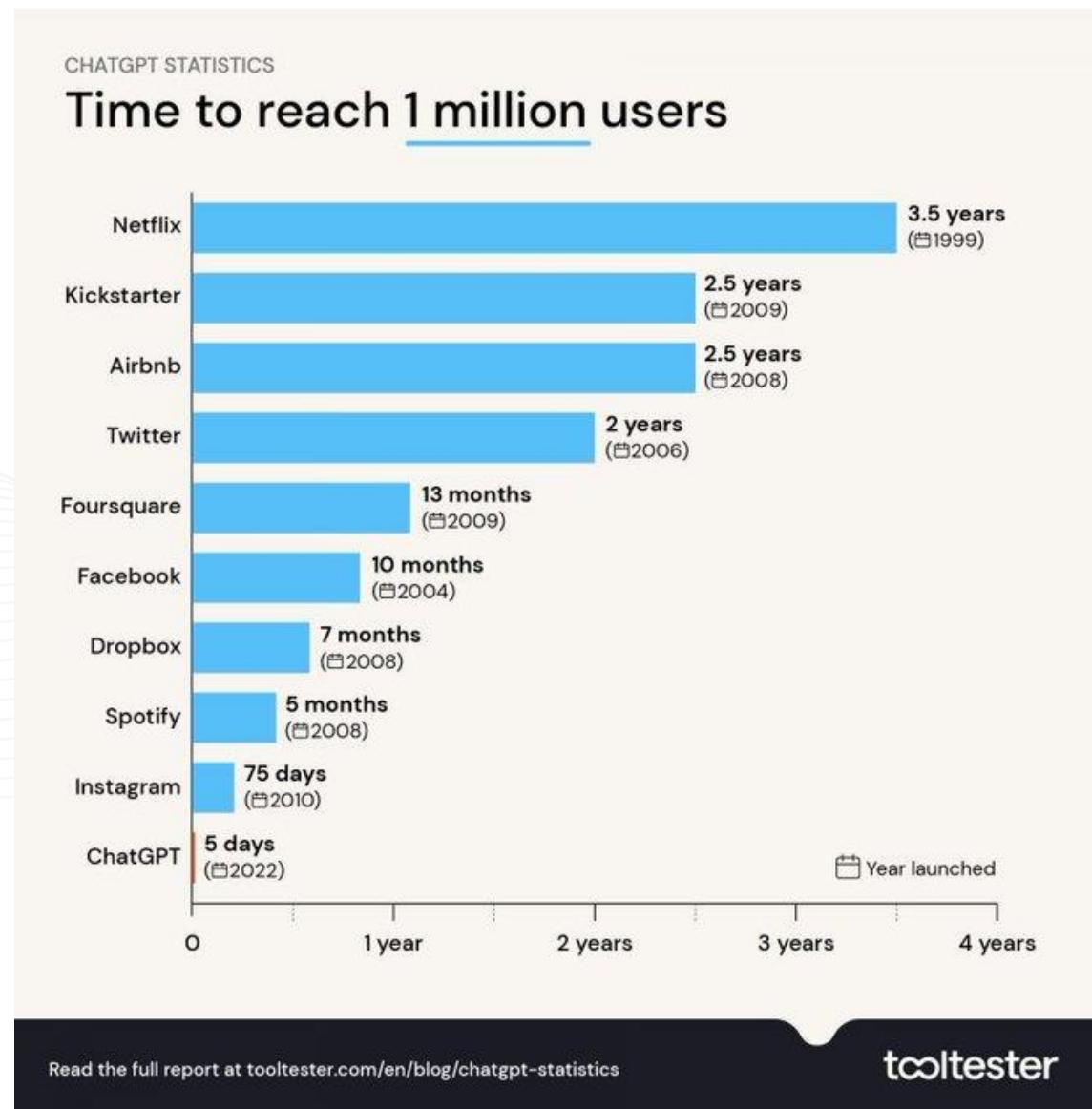
- ❖ Volatility
- ❖ Uncertainty
- ❖ Complexity
- ❖ Ambiguity
- ❖ (Unbeständigkeit, Unsicherheit, Komplexität, Mehrdeutigkeit)

- ❖ Vision
- ❖ Understanding
- ❖ Clarity
- ❖ Agility



# 10.

- ❖ **Schneller, immer schneller:** es wird nie mehr so langsam, wie heute...



# Tech & Sales Verlagsforum 2023

---

01

INTRO

02

HERAUSFORDERUNGEN AN DEN  
VERTRIEB

03

PRAXISBEISPIEL

04

FAQ



# Das Umfeld für Produkthersteller

---

- ❖ Der Innovationsdruck steigt.
- ❖ Die Innovationszyklen werden kürzer.
- ❖ Man muss (noch) stärker auf die aktuellen, aber auch zukünftigen Bedürfnisse des Kunden eingehen.

## Lösung:

- ❖ Agile Customer Co-Creation.



# Co-Creation (Wikipedia)

---

- ❖ Co-Creation (Ko-Kreation) beschreibt die Methode, den Prozess oder das Ergebnis eines gemeinschaftlichen Schöpfungsprozesses mehrerer Personen oder Statusgruppen.  
Ursprünglich aus dem Marketing und den Wirtschaftswissenschaften als Form der interaktiven Produktgestaltung mit Prosumenten hervorgegangen, wird der Begriff in verschiedenen Fachdisziplinen und sozialen Bewegungen verwendet, um entweder als Oberbegriff oder Anfang der Kollaboration und kollektiven Entscheidungsfindung zu fungieren.

## Co-Creation (Google)

---

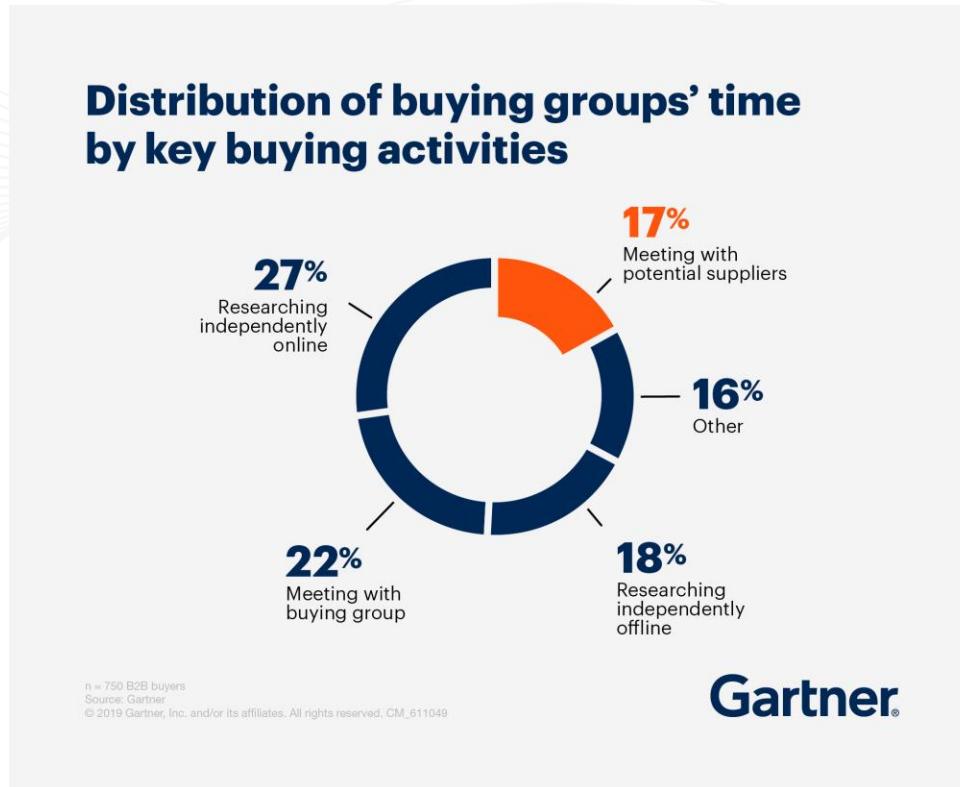


**"Focus on the user and  
all else will follow."**

-GOOGLE

# Das Umfeld für Produkthersteller

- ❖ Wir müssen wieder näher an den Kunden, an den Menschen ran.



17% für ALLE Lieferanten!

# Das Wesen einer Customer Co-Creation

---

- ❖ Eine Customer Co-Creation lässt den Kunden aktiv oder passiv am Innovationsprozess eines Unternehmens mitgestalten.
- ❖ Sowohl B2B als auch B2C Unternehmen profitieren von einer Customer Co-Creation, denn subjektive Faktoren beeinflussen die Kaufentscheidung überall.
- ❖ Eine Co-Creation bietet wertvolle Erkenntnisse, die Unternehmen für bessere Kundenerfahrungen und nachhaltige Wettbewerbsvorteile nutzen können.

# Praxisbeispiel Co-Creation: Laboreinrichtung

---



**Co-Creation Workshop**

Nutzen verschiedener Design Thinking und Kreativitätmethoden um Kundenbedürfnisse zu identifizieren



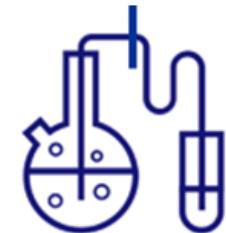
**Agile Konzept Entwicklung**

Zusammenbringen des Workshop Inputs mit der Erfahrung im Unternehmen. Dadurch wird ein Konzept mit einem dynamischen Feedback-Loop entwickelt



**Prototyping  
future facilities**

Engineering- und Prototypen auf Basis der spezifizierten Anforderungen



**Future  
Life Science facilities**

Verwirklichung der Vision einer nutzerspezifischen technischen Inneneinrichtung

# Praxisbeispiel Co-Creation

## Focus!

Put your focus on what really matters.



**Be open – be creative**  
**“Think outside the box!”**  
Speak out what you think



## Play, build and draw

Use everything that is available for you.



## Bring in your ideas and think!

Every individual opinion counts!

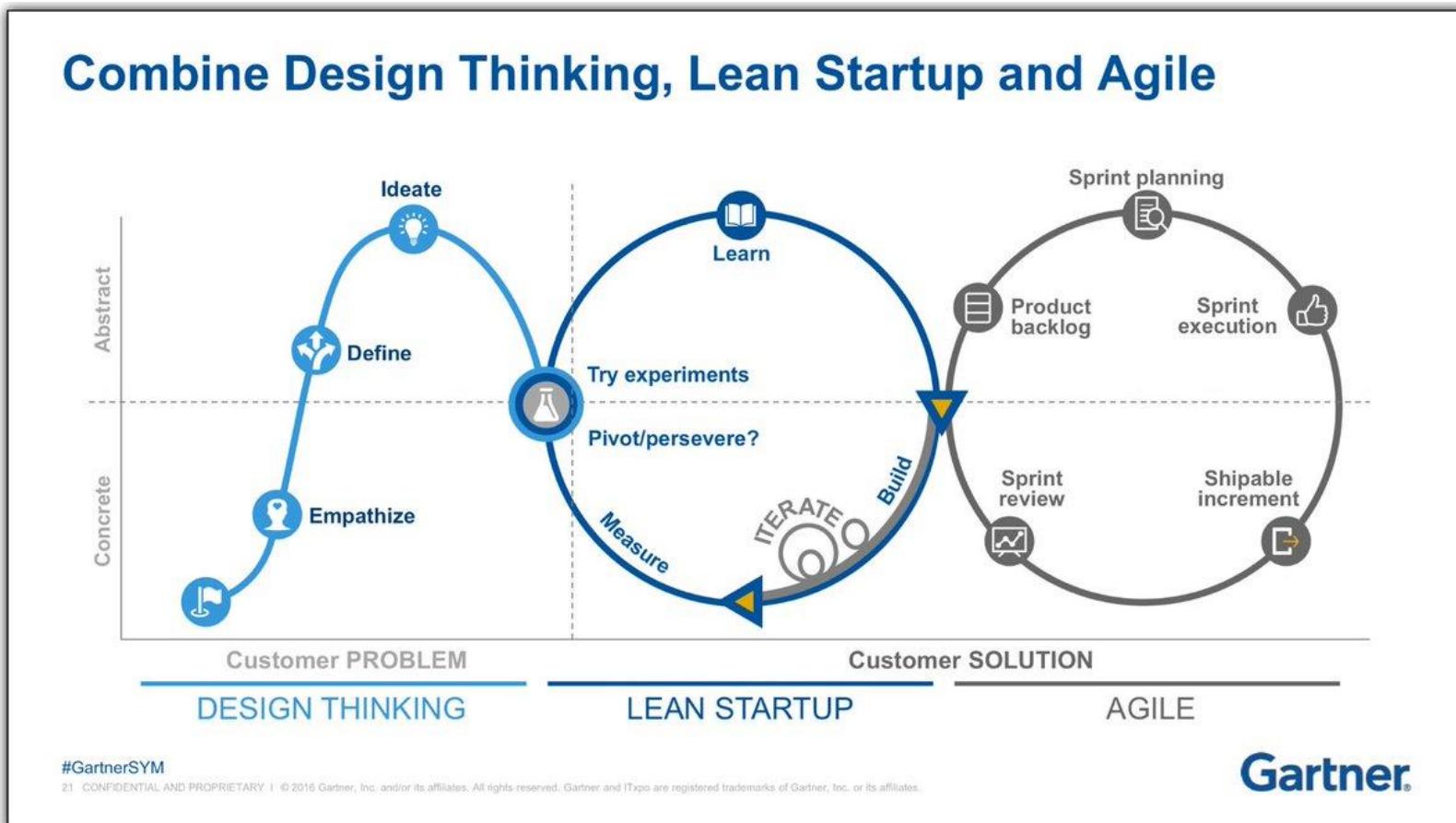
**Connect your ideas with ideas of others.**

Start discussions.

**Have fun and enjoy your day!**

Have a good time!

# Praxisbeispiel Co-Creation



# Vorteile einer agilen Customer Co-Creation

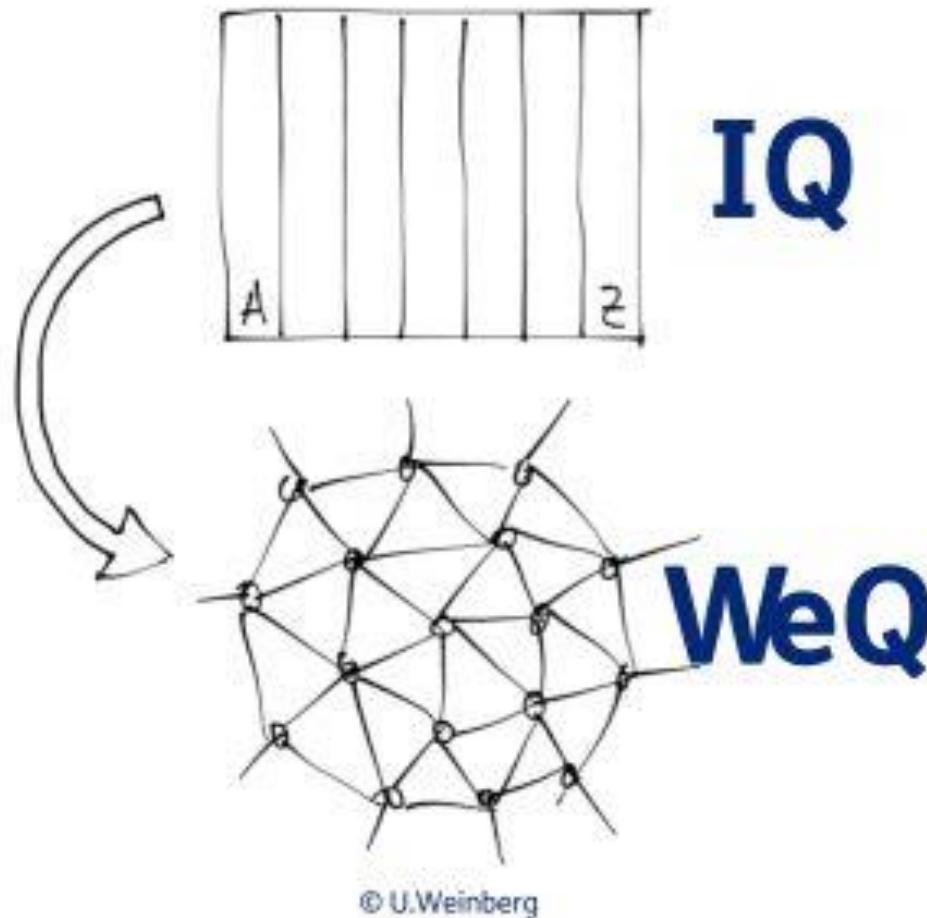
---

- ❖ Innovationskraft des Kunden nutzen.
- ❖ Kundenbedürfnisse besser verstehen.
- ❖ Maßgeschneiderte Produkte entwickeln.
- ❖ Differenzierungsmerkmale hervorheben.
- ❖ Kundenbindung stärken.

# WeQ

---

- ❖ COLLABORATIVE
- ❖ ZUSAMMENARBEIT
- ❖ GEMEINSAM SIND WIR STÄRKER



DIE SCHWIERIGKEIT IST NICHT NEUE IDEEN  
ZU FINDEN, SONDERN DEN ALten ZU  
ENTKOMMEN.

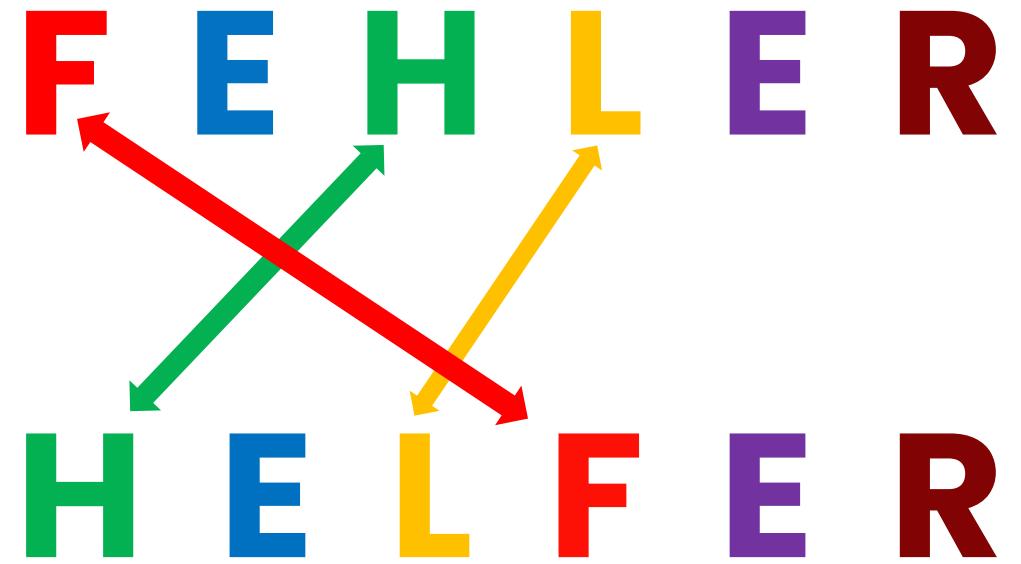
SALES CAPTAIN.INTERIM.

Quote: John Maynard Keynes



**DONE IS BETTER THAN  
PERFECT**

---



# Ihr nächster Schritt: raus aufs Meer!

---

„Wer an der Küste bleibt, kann keine neuen Ozeane entdecken“

Magellan (1480 - 1521)



Fernando de Magalhaes, portugiesischer Seefahrer und Namensgeber der Magellanstrasse

# Weitere Informationen Interim Sales Management



Blog auf komor.de mit über 125 Beiträgen



LinkedIn Posts und Artikel



Autor auf morethandigital.info



DDIM.fachgruppe Vertrieb & Marketing



Springer Autor in Fachmagazinen und Büchern



Autor in vielen weiteren Fachmagazinen



# Radio Sales Captain

Hören Sie auf den **B2B**  
Vertriebsprofi.

