



## **Mehr Erfolg im Vertrieb durch Big-Data**

**München, 21.11.2017. Detailliertes Wissen über Vorlieben, Handlungsmuster und Ziele von potentiellen Kunden – das versprechen Big Data-Analysen. Von diesen Informationen können auch Firmen im B2B-Geschäft profitieren: Denn wo Vertriebler bisher eher nach Bauchgefühl handelten, kann heute mit geeigneten Tools das Internet gezielt nach Informationen durchsucht werden. Warum nutzen nicht mehr B2B-Unternehmen diese digitalen Tools? Diese Frage haben sich auch Dr. Stefan Kaas, Geschäftsführer und Mitbegründer der Unternehmensberatung Pure Business Consulting, und Dr. Florian Pallas, Berater bei Iskander Business Partner, gestellt. Sie erläutern in ihrem aktuellen Whitepaper „Data-Driven Sales – Mehr verkaufen mit digitalen Tools“, wie Firmen ihren Erfolg durch digitale Methoden signifikant steigern können.**

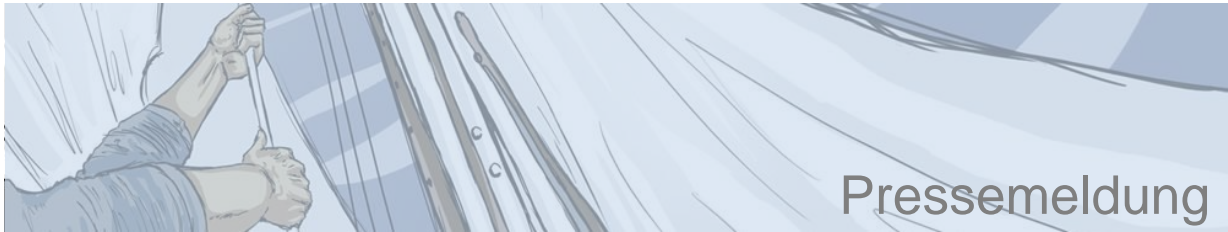
Meldung [hier](#) twittern: Big-Data Analysen – Erfolgskonzept für einen besseren Vertrieb. Pure Business Consulting hilft beim Umstieg, lesen Sie hier mehr <http://bit.ly/2xmphga>

Obwohl Unternehmen in vielen Bereichen bereits digitale Methoden verwenden, zögern sie oft noch, diese auch im Vertrieb einzusetzen. Dabei besteht gerade jetzt die Möglichkeit, sich durch eine frühe Digitalisierung einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen und diesen durch kontinuierliche Optimierung immer weiter auszubauen. „Durch die Implementierung eines Data-Driven Sales-Ansatzes können Unternehmen ihre Sales-Lead Conversion signifikant erhöhen, ihren Vertrieb effizienter gestalten und dadurch einen zufriedeneren Kunden erhalten“, ist sich Dr. Stefan Kaas sicher.

### **Digitale Tools helfen dem Vertrieb auf drei Ebenen**

Beim Data-Driven Sales Ansatz geht es zunächst darum, die wirklichen Zielkunden des Unternehmens zu analysieren. Dies ist durch Predictive Lead Scoring möglich. Dafür werden die Daten potentieller Kunden aus allen zur Verfügung stehenden Quellen gesammelt und dann mithilfe analytischer und statistischer Methoden mit einer Wahrscheinlichkeit bewertet. Potentielle Kunden mit hohem Lead Score sollten dann entsprechend vorrangig angesprochen werden.

Außerdem ist entscheidend, dass die Kontaktaufnahme mit einem potentiellen Kunden zum richtigen Zeitpunkt geschieht. Dazu ist es wichtig zu wissen, wann der Kunde für ein Verkaufsgespräch bereit ist. Denn der Erste zu sein, der ihn anspricht, gibt dem Verkäufer einen großen Wettbewerbsvorteil und erhöht die Chance für einen erfolgreichen Abschluss. Um diesen optimalen Zeitpunkt zu bestimmen, werden zunächst relevante Momente, die sogenannten „Compelling Moments“, für den Vertrieb definiert und anschließend entsprechende Online-Quellen analysiert, die solche Informationen bieten können. Dies sind neben der Website auch Bewertungsportale wie yelp oder Autoscout.de, aber auch Social-Media-Kanäle, wie zum Beispiel Facebook. Sogenannte Web Crawling Dienste sammeln diese relevanten Daten und bereiten sie entsprechend der Anforderung auf. Durch die automatische Suche, Gewichtung und Analyse der Daten aus dem Netz wird die Informationsflut für den Vertriebsmitarbeiter strukturiert und er hat immer aktuelle Informationen über relevante Vorgänge in der Branche vorliegen. Diese kann er nutzen, um die Kontaktaufnahme zum optimalen Zeitpunkt zu gestalten.



Die dritte Voraussetzung für einen optimalen Ablauf im Vertrieb ist das Wissen um die richtigen Gesprächsthemen. Was muss im Kundengespräch passieren, damit der Vertriebsmitarbeiter das Vertrauen des potentiellen Kunden gewinnt? Um als kompetenter Ansprechpartner wahrgenommen zu werden, sollte nicht nur ein ehrliches Interesse an der Lösung seiner Probleme vorhanden sein. Der Vertriebler muss vor allem über die Belange des jeweiligen Kunden, dessen Umfeld und natürlich entsprechende, spezifische Lösungen Bescheid wissen. Diese Informationen selbst zu suchen, kostet Zeit, die im Arbeitsalltag meist fehlt. Die Lösung bieten wieder Web Crawling Services. Die so gewonnenen Informationen kann der Vertrieb schnell in eine standardmäßig-vorbereitete, digitale Präsentation einbinden. Dadurch gewinnt der Mitarbeiter nicht nur Zeit, sondern erscheint perfekt vorbereitet, professionell und vertrauenserweckend.

### **Abschlussrate durch Digital-Sales signifikant erhöht**

Die Erfahrung zeigt, dass das Vertriebskonzept des Data-Driven Sales sehr gute Erfolge bringt: „Wir haben festgestellt, dass die Abschlussquote um bis zu 67 Prozent stieg, wenn die potentiellen Kunden mittels Lead Score ermittelt wurden“, berichtet Dr. Florian Pallas. Außerdem zeigt sich der Erfolg noch in einem anderen Bereich: Die Zufriedenheit der Kunden mit dem Verkaufsgespräch war besonders hoch. Eine Umwandlung des Vertriebs von einem erfahrungsbasierten zu einem analytisch fundierten Konzept lohnt sich also für alle Beteiligten.

Weitere Informationen zu Pure Business Consulting finden Sie auf der Homepage unter [www.p-b-consulting.com](http://www.p-b-consulting.com).

### **Über Pure Business Consulting GmbH**

Die 2017 gegründete B2B-Unternehmensberatung Pure Business Consulting ist Teil der Iskander Group und unterstützt Unternehmen mit B2B-Fokus aus den Branchen Telekommunikation, Information, Medien und Entertainment, Retail, Automotive, Logistik und Financial Services. Pure Business Consulting kennt sich mit den Besonderheiten des B2B-Geschäftes aus und kombiniert in der Betreuung seiner Kunden Beratungskompetenz mit Business-Erfahrung. Mit unternehmerisch denkenden und engagierten Beratern sowie spezialisierten Experten entwickelt Pure Business Consulting umsetzungsorientierte Lösungen, um Produkt-, Marketing-, Vertriebs- und CRM-Strategien zu optimieren oder neu auszurichten. Dabei steht immer der Kunde im Mittelpunkt, der ein maßgeschneidertes Konzept von der Strategie bis zur erfolgreichen Umsetzung erhält. Vertrauen, Transparenz und Kundenorientierung bilden die Eckpfeiler der Unternehmensphilosophie von Pure Business Consulting. Diese Werte spiegeln sich in der Arbeit jedes einzelnen Beraters wider.

### **Pressekontakt:**

Fortis PR

Tanja Gottwald

089/45 22 78 -15

Laura Höfken

089/45 22 78 -16

[i-b-partner@fortispr.de](mailto:i-b-partner@fortispr.de)