

Inhalt

Vorwort	9
1. Kapitel: Next Level Sales – Eine Anleitung zur Umstellung auf das digitale, aber persönliche Verkaufen	11
1.1 Die neue Normalität – Beschleunigung des digitalen Wandels	11
1.2 COVID-19-Veränderungen und der virtuelle Vertrieb als neue Normalität	15
1.3 Anforderungen des Kunden an den Vertrieb in der heutigen Zeit	29
2. Kapitel: Was bedeutet die Digitalisierung beziehungsweise Virtualisierung des Vertriebs?	37
2.1 Intro – die Digitalisierung und Virtualisierung des Vertriebs	37
2.2 Die letzte große Unbekannte in Unternehmen – die tägliche Arbeit und Effektivität des Vertriebs	38
2.3 Anpassungen der Arbeitsweise im Vertrieb – vom »Klinkenputzen« zu effektivem virtuellem Vertrieb	44
2.4 Leistungsmessung – Effizienz und Effektivität im Vertrieb	48
3. Kapitel: Die wichtigsten Gründe und Rationale hinter Next Level Sales	51
3.1 Bitte verstehen Sie es! – Kunden sind nicht der Haupttreiber für die physische Interaktion von Vertrieblern	51
3.2 Erfolg von Next Level Sales in Zahlen – so viel erfolgreicher sind digitale Verkaufsteams	54
3.2.1 Umsatzsteigerung	54
3.2.2 Verkürzung des Vertriebszyklus	58
3.2.3 Erfolg und Ramp-up-Zeit von neu eingestellten Vertrieblern	62



4. Kapitel: Wo kann ich Next Level Sales anwenden – passt es für »mein« Unternehmen?	67
4.1 Die Sinn-Frage für das virtuelle Verkaufen	67
4.2 B2B versus B2C – wo kann Next Level Sales angewendet werden?	69
4.3 Next Level Sales in Industrien – eine Übersicht der Passgenauigkeit	72
4.4 Neukundengeschäft oder Bestandskundenbetreuung – wo ist Next Level Sales erfolgreicher?	73
4.5 Für welche Kundentypen und -segmente funktioniert digitales Verkaufen am besten?	76
4.6 Für welche Produkte verwende ich Next Level Sales – alle Produkte oder nur bestimmte aus meinem Portfolio?	80
4.7 Generalist versus Spezialist – Full suite versus Best-of-breed	81
4.8 Wo setze ich virtuelles Verkaufen geographisch ein?	82
5. Kapitel: Der Verkaufsprozess – welche Teile kann ich heute, morgen und übermorgen virtuell abdecken?	85
5.1 Schritt 1: Visualisierung des Verkaufsprozesses	85
5.2 Schritt 2: Bestimmung des Soll-Zustands	87
5.3 Schritt 3: Auswahl des Next-Level-Sales-Modells	88
6. Kapitel: Virtuelles Verkaufen – die ersten Schritte	95
6.1 Ein Pilot als erfolgversprechende Absprungbasis	95
6.1.1 Pilotierung zur Behebung von Skepsis im Unternehmen	95
6.1.2 A/B-Testing des Vertriebs zur Veranschaulichung des Erfolgs	96
6.1.3 Erfolgreiche Teamzusammensetzung: Wie stelle ich gleichzeitig Erfolg und ein repräsentatives Ergebnis sicher?	99
6.1.4 Keep it simple – ein Anfang mit Lead-Liste, Laptop Tracking Tool	100
6.1.5 Befähigung des Piloten	101





6.1.6	Betrachtung des Vertriebszyklus – Ergebnisse nicht zu früh versprechen	103
6.2	Die wichtigsten Erfolgsfaktoren bei der erfolgreichen Einführung von Next Level Sales	105
6.2.1	Lead-Liste	105
6.2.2	Segmentspezifisches Verkaufen und segmentspezifische Materialien	109
6.2.3	Eine effiziente Tagesstruktur, die gelebt wird	112
6.2.4	What gets measured gets done – Tracking ist das A und O	119
6.2.5	Coaching und die richtigen Coaches	123
6.2.6	Virtual Sales Best Practices	140
6.2.7	Agilität des Ansatzes	145
6.2.8	Sprache, Akzente und Geografie	146
7.	Kapitel: Die typischen Phasen eines Next-Level-Sales-Piloten	149
7.1	Phase 1: Neugierde	150
7.2	Phase 2: Zweifel	150
7.3	Phase 3: Resistenz	151
7.4	Phase 4: Akzeptanz	153
7.5	Phase 5: Motivation	154
7.6	Phase 6: Erfolg und Freude	154
7.7	Phase 7: Die neue Normalität	155
7.8	Endstation	156
8.	Kapitel: Transformation und Change Management – wie digitalisiere ich den gesamten Vertrieb?	159
8.1	Topmanagement Buy in	159
8.2	Human Resources (HR), Training und Recruiting	162
8.3	(Digitales) Marketing	165
8.4	Planung, Roll-out-Plan und Strategie	168
8.5	Kommunikation	170
8.5.1	Interne Kommunikation	171
8.5.2	Externe Kommunikation	180
8.5.3	Schlechte Beispiele der Kommunikation	182
8.6	Vertriebssteuerung, Controlling und Gebietsplanung	185
8.7	Wettbewerb	190





9. Kapitel: Zielzustand von Next Level Sales	193
9.1 Stabilität	193
9.1.1 Angepasste langfristige Tagesstruktur	194
9.1.2 Punktesystem anstatt Einzel-KPIs zur Messung des Wochenerfolgs	197
9.1.3 Change Management für nachhaltigen Erfolg	201
9.2 Perfektion des virtuellen Verkaufens	204
9.2.1 Steigerung der Effektivität – digitales Marketing und Inbound-Lead-Generierung	205
9.2.2 Kontinuierliche Motivation und Team- Building	206
9.2.3 Einführung eines Inside Sales Tools zur weiteren Effizienzsteigerung	216
10. Kapitel: Besonderheiten in Deutschland	219
10.1 Einbindung des Betriebsrats früh im Next-Level-Sales-Prozess	219
10.2 DSGVO-Regeln in Deutschland	220
11. Kapitel: Stärkung der Performance	221
12. Kapitel: Ausblick – Next Level Sales 2.0	223
Anmerkungen	227
Begriffsverzeichnis	229
Danksagung	233
Über den Autor	235

