

MACH UNS MAL 'NE APP!

Entwickler, die sich auf Apps für Außendienstler spezialisiert haben, leisten neben Programmier- auch Aufklärungsarbeit: Manche Kunden müssen digitalen Vertrieb erst lernen.

Funk einigen seiner Kunden erst erklären. Der 29-Jährige ist Gründer der Agentur Flyacts. In einer Villa im Jenaer Westviertel entwickeln er und sein junges Team aus Informatikern, Betriebswirtschaftlern und studierten Soziologen mobile Software für Unternehmen.

„Die Kunden und seine Unternehmensprozesse zu verstehen, Potenziale aufzudecken, das macht den Großteil unserer Arbeit

aus“, sagt Funk. Sei das einmal erledigt, dauere die technische Umsetzung der App nur einige Tage. „Eine Vertriebsapp ist ein typisches Beispiel, wie sich mit relativ wenig Aufwand viel Nutzen schaffen lässt“, sagt er. Für einen Spielzeughersteller entwickelten sie einen interaktiven Produktkatalog, für einen Büromöbelvertrieb eine mobile Beratungs-Guideline und einen Konfigurator, der Ausstattungsoptionen visualisiert. Trotz überschaubarer Entwicklungszeiten und Startkosten im niedrigen fünfstelligen Bereich beobachtet Funk in der Vertriebsbranche gewisse Zurückhaltung, was die Einführung digitaler Lösungen betrifft. „Nicht jeder will in etwas investieren, bei dem ihm nicht sofort klar ist, wie er es sinnvoll einsetzen kann.“

Von der viel beschworenen digitalen Revolution der Vertriebsbranche ist hierzulande bislang wenig zu spüren. In einer aktuellen Studie von Roland Berger und Google unter rund 2.700 Vertriebsverantwortlichen gab fast jeder zweite Befragte an, sein Unternehmen würde beim digitalen Ausbau des Vertriebs keine konkrete Strategie verfolgen – oder diesen nicht einmal planen.

Lösung nach Maß

Es gibt Pioniere, die ins digitale Neuland treten: Außendienstler, mit Tablets im Gepäck. Der Schraubenkonzern Würth war vor zwei Jahren einer der ersten und stattete flächendeckend 30.000 seiner Vertriebler mit einer unternehmensinternen App für den Außendienst aus. Inzwischen ziehen mittelständische Unternehmen nach.

Für sie bieten zahlreiche Agenturen maßgeschneiderte Vertriebsapps. Die Funktionen ähneln sich: ein integriertes CRM-System, das vom Status der Kundenbeziehung bis zu letzten Bestellungen alle relevanten Da-



Marcus Funk entwickelt mit seiner Jenaer App-Agentur digitale Helfer für den Außendienst.

ten für den nächsten Termin anzeigt; ein Routenplaner erstellt effiziente Touren; 360-Grad-Ansichten und 3-D-Animationen machen aus einer Produktpräsentation eine nahezu sinnliche Erfahrung. Falls der Vertriebsprofi mal ein Kaufargument vergisst, hilft die Software als Souffleur. Die App, das Schweizer Taschenmesser für den Außendienst.

Der größte Vorteil zeigt sich nach dem erfolgreichen Verkaufsgespräch: Tempo. Die Vertriebsmannschaft eines Werkzeugherstellers schwärmte bis vor kurzem mit Katalogen und Bestellbögen aus Papier zu den Kunden aus. „Heute nutzen sie Tablets, mit denen sie Bestellungen

unmittelbar an die Zentrale senden“, sagt Richard Mayr von Blue Zone, einem App-Anbieter für den B2B-Bereich. Zu den Kunden gehört auch ein Sportmodehersteller, der Bestellungen zuvor noch per E-Mail abgewickelt hatte. „Da vergingen zehn Tage zwischen Bestellaufnahme und -bestätigung“, berichtet Mayr.

Alles, überall und sofort, das sind die Standards der heutigen Zeit. Ein Vertriebler, der sein Tablet anschmeißt, mit einigen Wischern und Tippsern Produkte vorstellt, Bestellungen verwaltet und Kundendaten synchronisiert, steht nicht für digitale Revolution, aber für Evolution: für einen Vertrieb, der sich heutigen Bedürfnissen anpasst.

Wenn Apps erst der Anfang sind, was kommt noch? Dass Software den Vertriebler aus Fleisch und Blut ersetzen wird, glaubt selbst Marcus Funk nicht: „Unsere Apps können seine Arbeit subtil unterstützen. Vertrieb lebt von der persönlichen Ebene.“ Digitalisierung bedeutet nicht den Tod des Handlungsreisenden, sie erleichtert ihm das Leben – weil er keine ziegelschweren Kataloge mehr mitschleppen muss.

Von David Krenz

”

Mit wenig Aufwand lässt sich viel Nutzen schaffen.

Marcus Funk



Schweizer Taschenmesser für den Außendienst: Viele Start-Ups entwickeln mobile Software für die Vertriebsbranche.

**DV DEUTSCHE
VERTRIEBSBERATUNG**

Wir entwickeln Vertriebskompetenz zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil

Telefon: +49 (0)2104/95 84-0
E-Mail: info@deutschevertriebsberatung.de

WWW.DEUTSCHEVERTRIEBSBERATUNG.DE

VERTRIEBSSTRATEGIE - VERTRIEBSPROZESSE
VERTRIEBSMITARBEITERAUSWAHL - VERTRIEBSVERGÜTUNG
VERTRIEBSSOFTWARE - VERTRIEBSTRAINING - VERTRIEBSCOACHING