



WTT
YOUNG
LEADER
AWARD

Praxisprojekt Marktforschung
für die CRM & SALES AG

v.l.n.r.: **Lena Kalchgruber**, Rorschacherberg; **Melanie Fust**, Zuzwil; **Iva Lucic**, Wil, Projektleiterin; **Enis Palamar**, St.Gallen; **Angelika Tomic**, St.Gallen; **Antonia Ballabani**, Wil

Erfolgreiche Kollaboration in B2B-Vertriebsteams

Die CRM&SALES AG ist im Customer-Relationship-Management Bereich tätig und betreut Unternehmen im B2B-Sektor. Auf Basis einer vertieften Analyse von Kollaboration innerhalb von Vertriebsteams kann die CRM&SALES AG ihre Aktivitäten noch besser auf den DACH-Markt ausrichten.

Methodik

Im Projektverlauf wurden 4 Zielgruppen festgelegt und mithilfe von qualitativen und quantitativen Erhebungen befragt. Die Zielgruppen 1 bis 3 setzten sich aus bestehenden und ehemaligen Kunden, sowie aus Interessenten mit Auftragsabsage zusammen. Insgesamt fanden neun qualitative Interviews statt. Deren Ergebnisse dienen im weiteren Verlauf als Basis für die quantitative Befragung. Hierbei konnten 198 potenzielle Kunden (Zielgruppe 4) erreicht werden. Die Ergebnisse beider Umfragen stellen die Grundlage der Arbeit dar und wurden herangezogen, um Handlungsempfehlungen abzuleiten und zu entwickeln.

Ergebnisse

Bei der Mehrheit der befragten Personen kann beobachtet werden, dass in den Vertriebsteams zwar kollaboriert wird, der Unterschied zwischen Kollaboration und Kooperation allerdings mehrheitlich unklar ist. Das grösste Verbesserungspotenzial der internen Kommunikation besteht gegenwärtig vor allem in der Bildung von neuen Teams und Planung von Projekten. Es werden digitale Tools wie Microsoft Teams und CRM-Systeme zur Förderung der internen Kommunikation eingesetzt. Hierbei nehmen die hohe Benutzerfreundlichkeit und der ermöglichte Zugriff auf Informationen unabhängig von ERP-System und Endgerät einen besonders hohen Stellenwert ein (siehe Grafik). Gründe gegen die Implementierung eines CRM-Systems können eine kleine Unternehmensgrösse, ein geringer Aussendienstanteil oder fehlendes Know-how sein. Mit der Digitalisierung von Vertriebsprozessen sollen vorwiegend mehr Effizienz und eine Vereinfachung der Abläufe erzielt werden, wobei das grösste Potenzial im Aftersales Bereich besteht.

Um Vertriebsteams bei der Kollaboration bestmöglich zu unterstützen, sollen der Begriff Kollaboration deutlicher vermarktet und Tutorials für eine bessere Nutzung des ForceManagers erstellt werden. Gleichzeitig kann mithilfe verschiedener Angebotspakete auf verschiedene Bedürfnisse eingegangen werden. ost.ch/praxisprojekte-wi

CRM & SALES AG, St.Gallen

Die CRM&SALES AG agiert als Tochtergesellschaft der KENARA AG, hat den Sitz in St. Gallen und beschäftigt drei Mitarbeitende. Das Unternehmen ist im gesamten DACH-Raum tätig. Dabei fokussiert es sich auf die Implementierung des CRM-Systems ForceManager sowie auf die persönliche Beratung während der gesamten Vertragslaufzeit. Der Zweck ist es, B2B-Vertriebsteams erfolgreicher zu machen und komplexe Teamkollaborationen zu optimieren.



Kundschaft

CRM & SALES AG, St.Gallen
**Ralph Nater, Senior Partner
CRM Consultant**
www.crmandsales.com

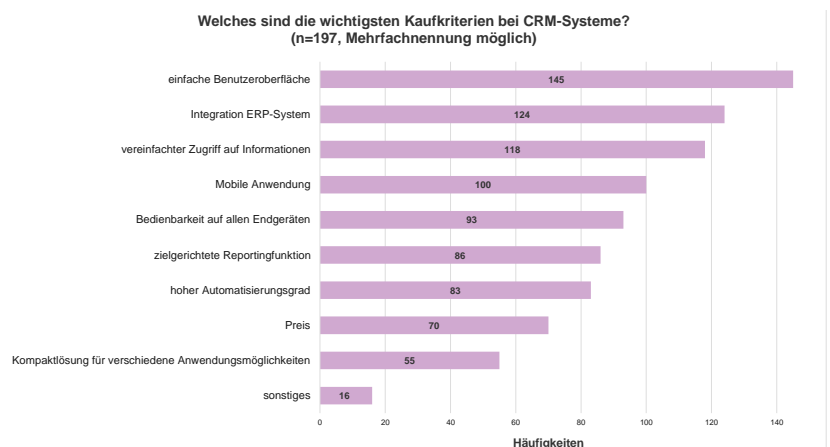
B2B Vertrieb folgt eigenen Regeln – Kollaboration und Zusammenarbeit in Vertriebsteams ist sehr komplex, vielschichtig und stellt hohe Anforderungen an die Führung und eingesetzten Systeme. Das Student:innen Team hat dies mit einer Marktforschung deutlich herauskristallisiert. Die interessanten Ergebnisse aus der Marktforschung, kombiniert mit einer präzisen Analyse und die Ableitung von Massnahmen, stellen für uns einen echten Mehrwert dar.



Coach

OST – Ostschweizer
Fachhochschule
Dr. Ronald Ivancic

Dem Team ist es gut gelungen, sich in die komplexe Thematik der Kollaboration in B2B-Vertriebsteams einzuarbeiten. Eine umfassende Marktforschung unter vier Zielgruppen explorierte Erfolgs- und Digitalisierungspotentiale sowie Optimierungsmöglichkeiten für CRM-Systeme. Abschliessende durchdachte Empfehlungen bieten konkrete Ansatzpunkte.



Wichtigste Kaufkriterien bei CRM-Systemen
Quelle: eigene Darstelleng