



Digital: So geht Business heute

Bis in die 1990er-Jahre kam er zweimal im Jahr: der Quelle-Katalog. Doch die Zeit der über 1.500 Seiten starken Kataloge ist vorbei. Versandunternehmen wie OTTO, amazon oder conrad electronic haben ihre Angebote digitalisiert und bieten so ihr Sortiment bequem und für jeden jederzeit erreichbar an. Für den Kauf genügen ein paar Klicks.

»Alles was in Unternehmen digitalisiert werden kann, sollte digitalisiert werden – um wettbewerbsfähig zu bleiben.«

Tjalf Nienaber



Das Internet und immer neue technische Entwicklungen der letzten Jahre haben unsere Welt verändert. Auch Magazine und Zeitungen sind davon betroffen. Ihre „Ware“ ist Content, also Informationen und Nachrichten, die sie gegen Entgelt verbreiten. Auch das digitale Büro oder e-Government sind Beispiele dafür, wie die Digitalisierung immer mehr analoge Arbeitsweisen und Arbeitsverfahren ablöst. Die Quintessenz: Das digitale Zeitalter erfasst unaufhaltsam alle Bereiche unseres Lebens. Das heißt aber auch: Wer jetzt die Transformation versäumt, wird den Anschluss verpassen und abgehängt – auch im Verkauf. „Sales 4.0“ lautet das „Buzzwort“, an das Sie sich gewöhnen müssen, gleich ob es Ihnen zusagt oder missfällt. Sales 4.0 kommt!

Digitale Revolution, Industrie 4.0 oder „Internet der Dinge“: All diese neuen Begriffe bezeichnen „Maschinen“, die unser Leben einfacher, effizienter und komfortabler machen. Vielleicht irritiert Sie das Wort „Maschine“? Manchmal ist es schwierig, etwas zu beschreiben, für das es keinen speziellen, eingängigen Ausdruck gibt. „Maschinen“ im Zusammenhang mit digitaler Technik sind Internet, Computer, Software, Apps etc. Sie alle führen wie eine Maschine definierte Arbeitsprozesse aus.

Was genau bedeutet dies nun für den Wandel im Business? Nach wie vor steht hier nur einer im Mittelpunkt: der Kunde. Denken Sie für einen Moment bewusst über Folgendes nach: Wissen Sie wo, wann, wie und weshalb Ihr Kunde heute kauft? Haben Sie eine Antwort darauf, wie er morgen einkaufen wird? Sind Sie darauf eingestellt?

Anhand einiger Beispiele, die schon heute Realität sind, möchte ich Ihnen zeigen, warum es sich lohnt, diese Fragen kurz zu reflektieren:

Die SmartWatch: Sie steht zwar noch am Anfang, aber sie wird das Verkaufsdisplay der Zukunft sein. WhatsApp: Der Onlinedienst ist weit verbreitet und wird stark genutzt. Haben Sie schon eine Werbestrategie für dieses Medium? Retargeting: Online-Werbung wird gezielt auf das Kaufverhalten des Kunden im Netz angepasst. Augmented Reality: die Vermischung der Off- mit der Online-Welt. Der Kunde erhält über verschiedene Kanäle zusätzliche Informationen zu einem Produkt. Haben Sie Antworten auf diese Fragen?

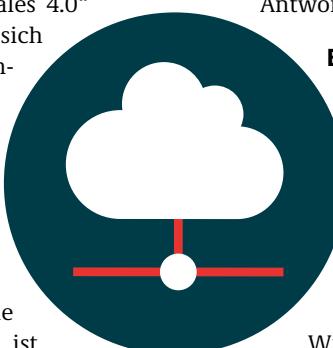
Enterprise 2.0

Enterprise 2.0 bezeichnet den zukunftsorientierten Einsatz sozialer Technologien sowie beweglicher Managementmethoden. Ziel ist es, das Intranet „lebendig“ zu machen, Kunden, Abteilungen und Mitarbeiter untereinander zu vernetzen und damit das Wissen des Unternehmens zu fördern.

Betriebsinterne Computernetzwerke werden schon heute gern und oft genutzt. Diese kommunikative Verknüpfung ist also kein Trend mehr. Zahlreiche Unternehmen haben erkannt, dass das „Mehr-Wissen der Firma“ einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil sichert. Die Kurzformel lautet: Damit alles (Wissen) auffindbar und nutzbar wird, sollte alles, was sich digitalisieren lässt, entsprechend transformiert werden.

Internet der Dinge

Auch das „Internet der Dinge“ wird im Business und speziell im Verkauf schon bald normal sein.





Doch vielen ist dieser Ausdruck noch nicht geläufig. Das Internet der Dinge schließt oder minimiert Informationslücken zwischen der realen und der virtuellen Welt. Die zunehmende Verbreitung sogenannter „Wearables“ (Mini-Computer) wird diese Entwicklung forcieren. Das klingt abstrakt und fern vom Alltag. Einige Beispiele zeigen allerdings, dass es sich keineswegs mehr um Science Fiction handelt:

- ▷ Schon heute stellen Sendungsnachverfolgungen die Kundenzufriedenheit sicher.
- ▷ Maschinen oder Autos melden automatisch Teilverschleiß und stoßen die Nachbestellung an.
- ▷ Mit einer App verbundene Funkarmbänder, z. B. als Eintrittskarten, weisen auf Produkte hin.

Social Networks

Wie bereiten Sie heute Ihre Kaufentscheidungen vor? Bis zu einem gewissen Prozentsatz informieren Sie sich vielleicht noch auf konventionellem Weg. Doch zunehmend spielen hier soziale Netzwerke eine wichtige Rolle: Die neue Generation bereitet ihre Kaufentscheidungen immer mehr im Netz vor. Empfehlungen der Communitys und besonders des vernetzten Freundeskreises haben den höchsten Stellenwert. Das Grundprinzip gründet auf dem Empfehlungsmarketing, das ebenfalls digitalisiert ist. Wie gut sind Sie im Netz vertreten? In der realen Welt sind Sie den Kunden natürlich bekannt. Wissen Sie umgekehrt aber, wo Ihre Kunden im Internet zu finden sind? Es empfiehlt sich durchaus, sich mit Bewertungsportalen oder spezifischen Netzwerken wie Business, Sport, Immobilien oder Fachgruppen zu befassen.

Der Kunde ist König – daran hat sich nichts geändert. Vor dem Hintergrund der Digitalisierung sollten Sie klären:

- ▷ Ist Ihre Kommunikation auf die neuen Medien ausgerichtet?

- ▷ Sind Ihre Kunden aktiv an der Produktentwicklung beteiligt?
- ▷ Woran orientiert sich Ihr Marketing und Sales?
- ▷ Wie sieht es bei Ihren Mitarbeitern aus und sind Sie bereit?

Konnten Sie eine oder mehrere dieser Fragen nicht überzeugt beantworten, dann wissen Sie nun, wo Sie Defizite in Vorteile umwandeln können. Setzen Sie sich mit folgenden Aspekten auseinander:

- ▷ Wo hält sich meine Zielgruppe auf?
- ▷ Wie kommuniziere ich mit meinen Kunden? Wie muss die derzeitige Verkaufsstrategie ausgerichtet werden?
- ▷ Gehört ein Empfehlungsprogramm dazu und wie sieht es aus?

Es gilt: gedacht – gemacht!

Handeln Sie:

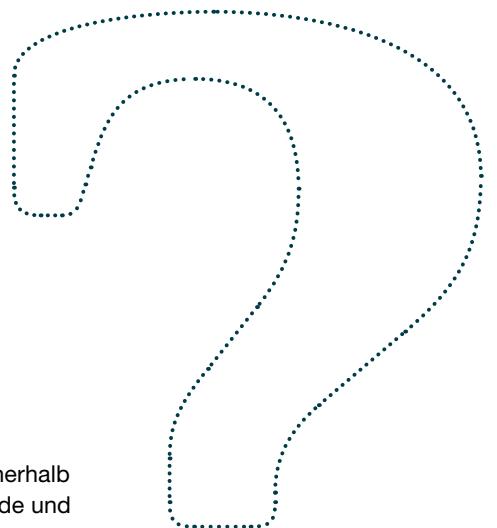
- ▷ Definieren Sie Ihre strategischen Ziele inkl. Erfolgsparameter
- ▷ Was für Maßnahmen haben Sie bereits eingeführt?
- ▷ Wo besteht Handlungsbedarf (Prozesse, Personal, Tools etc.)?

Für das digitale Business ist es unabdingbar, diese Punkte zu bearbeiten, damit Sie für die künftige Entwicklung im Business gut aufgestellt sind. Sinnbildlich gesprochen ist das kein Sprint, sondern ein Dauerlauf. Doch wenn Sie diesen Weg einschlagen, wird sich der Erfolg einstellen. Das ist keine Frage des Budgets, wie oft argumentiert wird: Es kommt auf den Willen an. Besonders für kleinere und mittelständische Unternehmen stecken in der Digitalisierung viele Chancen, denn: „Die Schnellen fressen die Langsamen!“ Also: Seien Sie schnell und clever – machen Sie den Sprung ins digitale Zeitalter!



Tjalf Nienaber ist Managing Director von jobclipr und mit seiner socomo berät er Unternehmen im Social Business und der digitalen Transformation. Davor war er in verschiedenen leitenden Positionen im Human Resources, Social Media und Vertrieb unter anderem bei der Deutschen Bank Gruppe, Scout24, Management Circle AG und Integrita tätig. Einen Namen hat sich Tjalf Nienaber i.B. mit der Gründung und Geschäftsführung der erfolgreichen networx Holding GmbH gemacht, aus dem diverse soziale B2B-Netzwerke hervorgingen, wie z.B. das Personaler-Netzwerk HRnetworx. Durch seine nunmehr über 20-jährige Berufserfahrung im Human Resources, Vertrieb und Social Media versteht er es wie kaum ein anderer, diese Bereiche HR und Vertrieb gewinnbringend und schlagkräftig umzusetzen.

www.jobclipr.com/de/profil/tjalf-nienaber



Wissen begeistert › Fragen an Tjalf Nienaber



Verlassen Sie sich auf Ihr Navi?

Geht es auch ohne?



Drei Plätze auf dieser Welt, die Sie inspirieren?

Die Zimmer meiner Kinder. Fantastisch, wie sie es immer wieder schaffen, innerhalb kurzer Zeit kreatives Chaos zu verbreiten. Ein Schulungsraum, leere Pinnwände und interessierte Kunden. Florida und immer wieder Florida.



An welchen wirklich guten, fast schon überraschend intensiven Service erinnern Sie sich noch heute?

Mein erster Kauf in einem MAC-Shop im Flagstore in New York. Von Null auf Hundert: In fünf Minuten hatte ich mein erstes iPhone, samt Zubehör – und Rechnung.



Welche Tat/Leistung eines Menschen oder Teams hat Sie in jüngster Zeit am meisten beeindruckt?

Meine Tochter ist auf ein Pferd gestiegen, das fast dreimal so hoch war wie sie selbst. Ich mache mir schon in die Hosen, wenn ich auf einen Tisch steigen muss.



Gibt es in unserer Zeit noch Helden und Idole?

Jeden Tag Menschen, die sich auch uneigennützig immer wieder einbringen



Womit haben Sie Ihr erstes Geld verdient?

Ich habe „Tonnen“ Eicheln gesammelt und diese dem Jäger übergeben. Ich hatte fünf D-Mark und die Tiere im Winter was zu fressen. Das fand ich toll.



Und wofür haben Sie's ausgegeben?

Für ebenso viel Esspapier. Mir ist heute noch ganz schlecht davon.



Was zeichnet eine(n) echte(n) Freund(in) aus?

Der/die mich aus jedem Hangover irgendwo auf der Welt rausholt.



Wie viele Apps haben Sie auf Ihr Smartphone geladen?

Ich mache mir viel mehr Sorgen, wie viele Apps meine Kinder auf meinem Smartphone aufgeladen haben – und noch mehr auf deren Smartphone.



Und welche Apps nutzen Sie wirklich?

mytaxi, bahn.de, skype und natürlich alle gängigen Social Networks.



Zur Vorspeise: Suppe oder Salat?

Steak!



Zu Weihnachten: SMS oder Karte?

Beides, zzgl. Social Networks & Mails



Zum Geburtstag: Anruf oder Facebook-Message?

Facebook, gute Freunde persönlich (wenn ich es schaffe).



Ihr Rezept gegen Lampenfieber?

Gut vorbereitet sein.



Was ist Ihr „special item“ im Dialog mit dem Publikum?

Bilder unterlegen meine Botschaften.