

DATENGESTÜTZTER VERTRIEB:

WETTBEWERBSVORTEILE DURCH
BERICHTE UND DASHBOARDS



sales cloud

Einführung

Daten spielen eine immer wichtigere Rolle in unserem Alltag.

Schlagwörter wie „Big Data“ oder „Data Analytics“ können Sie in jeder Branche hören und in vielen Medienberichten lesen. Unternehmen haben erkannt, wieviel Potenzial in den – bislang meist ungenutzten – Daten schlummert. Bessere Geschäftsplanung durch genauere Prognosen, Optimierung der Betriebsabläufe und das Entdecken von neuen Umsatzchancen sind nur einige der vielfältigen Vorteile. Besonders wichtig sind diese wertvollen Informationen für den Vertrieb, der ja in erster Linie für die Umsätze sorgt.

Viele Unternehmen wissen jedoch nicht, wie sie die Daten optimal in ihre Vertriebsabläufe integrieren können. Der reine Zugriff auf Daten stellt dabei dank verschiedener Tools kein Problem mehr dar: CRM-Lösungen wie Salesforce verwalten sämtliche Informationen zu allen Accounts, Analyse-Tools protokollieren alle Kontaktpunkte und Interaktionen und Daten zu Bestandskunden werden problemlos eingepflegt. Stattdessen besteht die Herausforderung für Unternehmen heute darin, aus all diesen Daten die für das Unternehmen tatsächlich relevanten Erkenntnisse herauszufiltern. Und erreichen lässt sich dies am besten, wenn die benötigten Daten in übersichtlichen Berichten, Dashboards und Prognosen dargestellt wird.

In diesem E-Book erläutern wir, wie Sie mithilfe dieser Berichte, Dashboards und Vertriebsprognosen Ihre Vertriebsergebnisse deutlich verbessern und sich so im Zeitalter von „Big Data“ klare Wettbewerbsvorteile verschaffen.

Inhalt

- 02 Einführung
- 03 Höhere Transparenz, höhere Leistung
- 05 Berichte und Dashboards
- 08 Vertriebsprognosen
- 10 Zusammenfassung

Kapitel 1

Höhere Transparenz, höhere Leistung

Laut Eric Schmidt, CEO von Google, erzeugen wir heute innerhalb von nur zwei Tagen genauso viele Informationen wie in der gesamten Zeit vom Anbeginn der Menschheit bis zum Jahr 2003. Das sind beinahe fünf Exabyte an Daten!

Auf der Suche nach dem Signal im Rauschen

Das Problem für Vertriebsteams ist nicht mehr der fehlende Zugriff auf Daten, sondern der Überfluss an Daten. Eine CRM-Lösung wie Salesforce hilft Ihrem Vertriebsteam dabei, den Überblick zu behalten. Mit einer CRM-Lösung werden sämtliche Informationen zu Ihren Leads gespeichert. Diese Datensätze enthalten alle relevanten Informationen zu den aktuellen Aktivitäten ihrer Kunden und Interessenten sowie zu den Interaktionen ihres Vertriebsteams mit dem jeweiligen Ansprechpartner.

Für Vertriebsmitarbeiter bieten sich damit beinahe grenzenlose Möglichkeiten, neue reichhaltige Informationen zu nutzen und auszuwerten - von Informationen zum Status von Geschäftsabschlüssen bis hin zu Details zu Marktsegmenten, Pipelines, geografischen Regionen oder einzelnen Mitarbeitern und so fort. Bei einer so großen Datenfülle geht jedoch der Blick fürs Wesentliche schnell verloren. Dashboards, Berichte und Vertriebsprognosen ermöglichen es Ihren Vertriebsteams, aus diesem Datenrauschen die wirklich relevanten Signale herauszufiltern und optimal informiert wichtige Entscheidungen zu treffen.



Prospect Activities

Activity	Type	Score	Date
Video	Watched 75%+	5	08/20/13
Video	Play	10	12/11/12
Video	Play	10	08/20/13
Video	Play	10	08/29/13
Video	Play	10	11/16/13

Adam Blitzer

B2B Marketing Automation - Pardot

Messung von Fortschritten statt Ergebnissen

Berichte und Dashboards sorgen nicht nur für einen besseren Überblick, sondern verbessern auch die Reaktionsfähigkeit von Vertriebsteams. Die meisten Vertriebsabteilungen arbeiten ergebnisorientiert. Auch wenn dies eine gute Methode zur Erfolgskontrolle sein mag, so hat sie jedoch einen gravierenden Nachteil: Ergebnisse sind endgültig. Sobald die Ergebnisse feststehen, können sie nicht mehr angepasst oder korrigiert werden. Wenn Sie beispielsweise abnehmen möchten, hilft es wenig, wenn Sie sich jeweils nur am Beginn und am Ende des Monats wiegen. Im Monatsverlauf wissen Sie nicht, ob Sie Ihrem Ziel wie geplant näher kommen oder gegebenenfalls Ihre Ernährung anpassen und häufiger Sport treiben müssten.

Eine Veränderung können Sie nur dann erfolgreich herbeiführen, wenn Sie neben den Ergebnissen auch Ihren Fortschritt messen. Vertriebsteams müssen zu jedem beliebigen Zeitpunkt während des Vertriebszyklus schnell erkennen können, ob sie sich effizient den gesetzten Zielen nähern. Mit einer CRM-Lösung wie Salesforce können Teams übersichtliche Dashboards erstellen, in denen sie sehen, wie viele Aufträge in der Pipeline warten, an welchem Punkt im Vertriebszyklus sich Interessenten befinden und wie lange sie sich bereits an diesem Punkt aufhalten. Derartige Einblicke ermöglichen es Vertriebsmitarbeitern, Probleme frühzeitig zu erkennen und Korrekturen an Vertriebsprojekten vorzunehmen, die unter Umständen in der Pipeline feststecken.

Diese Einblicke in den aktuellen Fortschritt sorgen außerdem dafür, dass Ihre Vertriebsmanager und deren Teams aus den Daten konkrete Handlungen ableiten und somit äußerst schnell reagieren können. Das heißt, Reaktionszeiten werden verkürzt, Kunden sind zufriedener mit dem Vertriebsablauf und Ihr Unternehmen profitiert von höheren Umsätzen.



Kundenbeispiel:

ImmobilienScout24

ImmobilienScout24 ist das führende Immobilienportal im deutschsprachigen Raum und Vorreiter für innovative Dienste bei der Immobiliensuche. Seit 2009 nutzen 400 Mitarbeiter aus Vertrieb, Marketing, Customer Service, Produktentwicklung, Analytics, Vertriebssteuerung und Auftragsmanagement die App Cloud. Oberstes Ziel für ImmobilienScout24 war die Steigerung der Vertriebseffizienz. Und genau diese Kennzahl wurde erreicht: Die Vertriebseffizienz ist heute rund 20 Prozent höher als vor der Einführung.

20%

effizienterer Vertrieb als vor Einsatz der App Cloud

[Erfolgsgeschichte lesen >](#)

„Wir sind uns sicher, mit Salesforce die beste Wahl getroffen zu haben.“

- Frank Marter,
Team Lead CRM, ImmobilienScout24

Kapitel 2

Berichte und Dashboards

Die Fülle an Informationen, die Ihnen dank Salesforce zur Verfügung stehen – von Momentaufnahmen Ihres Unternehmens bis hin zu Vorgängen in der Vergangenheit –, ist einer der Gründe für den Erfolg unserer Kunden. Einer unabhängigen Befragung unter mehr als 4.000 Kunden zufolge konnten die Befragten die erforderliche Zeit zur Vorbereitung von Berichten im Durchschnitt sogar um 52 % verkürzen. Wenn Sie jederzeit genau wissen, wo Sie stehen, können Sie Trends frühzeitig erkennen und die jeweils beste Entscheidung für Ihr Unternehmen treffen. Derartige Informationen lassen sich mithilfe von Dashboards am kompaktesten darstellen.

Dashboards zur Umsatzsteigerung statt nur zur Protokollierung

Dashboards sind ein wichtiges Tool, um denjenigen Mitarbeitern schnell Einblick in wichtige und relevante Daten zu gewähren, die diese Informationen dringend benötigen. Ihr Team kann sich dadurch an gemeinsamen Zielen ausrichten, Erfolg auf gleiche Art und Weise dokumentieren und am selben Strang ziehen. Beginnen wir zunächst mit einer allgemeinen Definition.

Was ist ein Dashboard? Bei einem Dashboard handelt es sich um einen einzelnen Bildschirm, auf dem wichtige Kennzahlen in Echtzeit verfolgt werden können. Dashboards können verschiedene Formen und Funktionen haben – Sinn und Zweck ist jedoch immer, relevante Daten übersichtlich und verständlich anzuzeigen. Klingt ziemlich einfach, oder?



Warum sind Dashboards also so wichtig? Mit Dashboards können Sie Ihre gesamten Vertriebs- und Marketingabläufe an den Kennzahlen ausrichten, die für Sie am wichtigsten sind. Mithilfe eines gut durchdachten Dashboards behalten Sie folgende Elemente im Blick:

- Leistungskennzahlen für den Vertrieb (Erfolgsquote, Umsatz, Aktivitäten usw.)
- Anzahl der gewonnenen Leads
- Entwicklung dieser Leads im Vertriebszyklus
- Konvertierungsrate dieser Leads
- Quelle Ihrer Leads und Aufträge
- Performance Ihrer Kampagnen und Vertriebsmitarbeiter

Dies mag zunächst kompliziert klingen, doch mit der Lösung von Salesforce ist das Erstellen von Dashboards auch ohne jegliches technisches Know-how möglich. Alle Daten, die Sie in Ihrem CRM-System gespeichert haben, lassen sich in Dashboards darstellen. Anders gesagt: Was sich messen lässt, können Sie auch in ein Dashboard integrieren. Ein aussagekräftiges Dashboard ist für Ihre Vertriebs- und Marketingmitarbeiter absolut unverzichtbar. Nützliche Dashboards werden von Mitarbeitern gerne und ständig verwendet und als Referenz genutzt. Dashboards liefern auch die Datengrundlage für Besprechungen, denn sie fassen die wichtigsten Ergebnisse in aussagefähigen und übersichtlichen Berichten zusammen. Kurz gesagt: Mit einem gut durchdachten Dashboard können Sie sämtliche Vertriebs- und Marketingabläufe optimieren, automatisieren und beschleunigen. Salesforce bietet außerdem zusätzliche Funktionen, um den Nutzwert zu erhöhen. Dashboards erhalten beispielsweise ihre Daten aus Salesforce Berichten, sodass sie nicht nur ein

statisches Abbild der Kennzahlen repräsentieren sondern interaktiv sind. Das heißt, dass Sie auf jede beliebige Anzeige klicken können, um die zugrunde liegenden Berichte, Daten und Kundenprofile im Detail einzusehen. Wenn Sie eine Abweichung oder etwas Interessantes in Ihrem Dashboard entdecken, dauert es nur wenige Sekunden, um sich bis zur Quelle durchzuklicken. Dadurch sind die Daten Ihrer Dashboards nicht nur hilfreich, sondern auch verwertbar.

Dank integrierter Funktionen zur sozialen Vernetzung dienen Dashboards von Salesforce zudem als Knotenpunkt für die Zusammenarbeit zwischen all Ihren Vertriebs- und Marketingteams. Durch diese Vernetzung fungieren Dashboards quasi als treibende Kraft hinter der Zusammenarbeit in Ihrem Unternehmen – als ob Sie ein eigenes Facebook in Ihre Dashboards integriert hätten. Mitarbeiter können so einer Kennzahl oder Aktivität „folgen“, sie mit anderen Teammitgliedern teilen, Kommentare dazu abgeben oder eine Konversation zu diesem Thema eröffnen. Das mag alles nicht besonders eindrucksvoll klingen, die Auswirkungen sind jedoch enorm. Funktionsreiche Dashboards sind Plattformen zur aktiven Zusammenarbeit.

Und obendrein lassen sich die Salesforce-Dashboards auch unterwegs mühelos über die Salesforce1 Mobile App aufrufen. Dashboards sind zu wichtig, um sie nur auf Desktops zu beschränken. Sie müssen auch unabhängig von Ihrem Standort auf Ihr Dashboard zugreifen können. Wenn Sie das perfekte Dashboard auf Ihrem Desktop erstellt haben, erscheint es automatisch richtig formatiert und für eine einfache Anzeige optimiert auf Ihrem Smartphone, sodass Sie von überall aus arbeiten können.



“ Dank integrierter Funktionen zur sozialen Vernetzung dienen Dashboards von Salesforce zudem als Knotenpunkt für die Zusammenarbeit zwischen all Ihren Vertriebs- und Marketingteams. ”

Berichte zur Leistungsanalyse

Wie zuvor erwähnt, bieten Dashboards eine visuell ansprechende Übersicht der wichtigsten Daten Ihres Teams. Möglich wird dies durch leistungsfähige Berichte von Salesforce, die im Hintergrund die nötige Unterstützung liefern Ihre CRM-Lösung generiert täglich riesige Datenmengen – Tausende von Datensätzen. Wenn Sie auf der Suche nach hilfreichen Informationen für Ihr Unternehmen sind, nützt Ihnen diese Datenmenge aber an sich recht wenig. Glücklicherweise können Sie die Daten mithilfe der Berichte von Salesforce im Handumdrehen sortieren und die für Sie tatsächlich wichtigen Informationen herausfiltern.

Stellen Sie sich diese Berichte als verschiedene optische Linsen vor, durch die Sie Ihre Daten betrachten können. Wenn Sie einen Bericht zu den Aktivitäten des letzten Monats benötigen, filtern Sie die Informationen nach dem Datum und schließen Sie alle Aktivitäten von anderen Mitarbeitern aus – schon haben Sie eine Übersicht Ihrer gesuchten Informationen zur Hand. Diese können Sie dann als Bericht speichern und jederzeit erneut abrufen. Ihre Berichte werden automatisch synchronisiert und mit den täglich neu erzeugten Daten aktualisiert.

Während bisher zur Nutzung und Auswertung solch umfangreicher Datenmengen spezielle IT-Teams oder Datenanalysten nötig waren, können nun dank Salesforce auch Vertriebsmitarbeiter selbstständig und ohne technisches Fachwissen in wenigen Minuten ihre gewünschten Informationen aus den Daten extrahieren. Die Benutzeroberfläche des Berichtstools ist übersichtlich, intuitiv und funktional. Es gibt keinen Grund mehr, vorhandene Daten im Vertriebsprozess nicht zu nutzen. Lassen Sie die Daten für sich arbeiten und profitieren Sie von der Datenanalyse in Ihrem Vertrieb.

Weitere Ressourcen zur Optimierung Ihres Vertriebs finden Sie im [Salesforce Resource Center](#).

**JETZT
INFORMIEREN**



Während bisher zur Nutzung und Auswertung solch umfangreicher Datenmengen spezielle IT-Teams oder Datenanalysten nötig waren, können nun dank Salesforce auch Vertriebsmitarbeiter selbstständig und ohne technisches Fachwissen in wenigen Minuten ihre gewünschten Informationen aus den Daten extrahieren.

Kundenbeispiel:

simpleshow

simpleshow ist innerhalb von wenigen Jahren von drei auf 100 Mitarbeiter gewachsen. Flexibilität ist dabei die Substanz für einen anhaltenden Aufwärtstrend bei derart schnell wachsenden und aufstrebenden Unternehmen wie simpleshow. Die Grundlage dafür schafften sich die Kreativ-Dienstleister mit flexiblen IT-Strukturen über die cloud-basierten Technologien von Salesforce. Alle Vertriebsmitarbeiter arbeiten gemeinsam mit der App Cloud: Alle Prozesse, von der Qualifizierung der Kontakte bis hin zur Opportunity, laufen in einer Oberfläche zusammen. simpleshow-Mitarbeiter können jederzeit mit nur einem Klick festgelegte Reports und Dashboards mithilfe von Salesforce aktualisieren und einsehen. Damit ist zu jedem Zeitpunkt klar, wie viele Schritte bis zum Vertriebsziel fehlen, selbstverständlich auch für Mitarbeiter im Marketing und über die Sales Cloud Mobile auch in Echtzeit im Außendienst. In der Sales Cloud ist außerdem genau abgebildet, welcher Kontakt wie zustande kam und welche Aktivitäten für die Lead-Generierung. Der gesamte Angebots- und Rechnungsstellungsprozess ist ebenfalls bei simpleshow in Salesforce abgebildet.

[Erfolgsgeschichte lesen >](#)

Die Sales Cloud ist für uns die zentrale Basis zur Steuerung des Vertriebs, unserer Marketing-Aktivitäten und zur Erfolgsmessung.

- Oliver Gadow, Head of Sales, simpleshow

Kapitel 3

Vertriebsprognosen

Der Wert von Vertriebsprognosen war bisher eher umstritten. Vertriebsmitarbeiter warfen zumeist nur einen kurzen Blick auf ihre Interessentenlisten und gaben einen Tipp ab, wie viele Geschäftsabschlüsse sie für das nächste Quartal erwarteten. Da dieses Vorgehen jedoch nicht systematisch ist, haben es Vertriebsmanager schwer, ihre Teams effizient zu beraten und zu leiten.

Mit zunehmender Transparenz des Vertriebsprozesses und mehr verfügbaren Daten lassen sich nun jedoch auch differenziertere Vertriebsprognosen erstellen. Sobald Vertriebsmanager die verschiedenen Phasen des Prozesses, die Geschwindigkeit der Bearbeitung von Leads im Vertriebstrichter sowie die relative Erfolgsquote besser verstehen, können sie auch systematische Prognosen erstellen, wodurch sich die Vertriebsleistung genauer und zuverlässiger vorhersagen lässt. Zudem können Vertriebsleiter bestimmte Prozesse wie beispielsweise die Neukunden-Akquise besser steuern, um ihre Gesamtziele zu erreichen. Das heißt, Prognosen haben eine höhere Gewichtung und der Rest der Abteilung kann sich bei der Jahresplanung stärker auf Ihre Vorhersagen verlassen.

Einfacher und leistungsstärker

Salesforce erleichtert Vertriebsmanagern die Erstellung von Prognosen für das gesamte Team. Während Manager bisher eine Woche zur Planung und Implementierung von Prognosen benötigten, ist dies mit Salesforce nun innerhalb weniger Minuten möglich. Prognosen können außerdem Anpassungen beinhalten, die entweder von Managern an den Prognosen ihrer Teammitglieder oder




von Benutzern der Prognosen an ihren eigenen vorhergesagten Werten vorgenommen wurden. Dies stärkt die Zusammenarbeit und der Prozess wird flüssiger und genauer.

Ein Vertriebsmanager kann, je nach Anforderung, gleichzeitig bis zu vier verschiedene Arten von Prognosen für das Unternehmen abgeben. Beispielsweise könnten Sie Prognosen zu Ihren Umsätzen nach Opportunities sowie nach Menge und Produktfamilie erstellen. Um zwischen unterschiedlichen Prognosetypen zu wechseln, klicken Sie auf den Namen der Prognose und wählen einen anderen Prognosetyp aus dem Pop-up-Menü. Jeder Prognosetyp speichert seine eigenen separaten Kontingent- und Anpassungsdaten.

Benutzer können sich Prognosen und zugehörige Opportunities auch nach Kategorie sortiert anzeigen lassen, sowohl für einzelne Mitarbeiter als auch für alle Mitarbeiter, die ihnen innerhalb der Prognosehierarchie untergestellt sind. Beispielsweise können Sie sich die „Best Case-Prognose“ für Juli entweder nur für Vertriebsmanager, die Ihnen unterstellt sind, für alle Vertriebsmitarbeiter, die einem anderen Manager unterstellten sind, oder sogar nur für ein einzelnes Teammitglied anzeigen lassen. Benutzer können außerdem nicht nur ihre eigenen, sondern auch die Prognosen ihrer direkt unterstellten Mitarbeiter anpassen. Durch die intuitive Benutzerschnittstelle lassen sich problemlos Statusbesprechungen mit einem Opportunity-Team abhalten, da Benutzer sich sehr leicht zurechtfinden.

Dank der schnellen Zusammenarbeit bei Prognosen und der einfachen Handhabung ist die Erstellung von Vertriebsprognosen keine leidige Angelegenheit mehr, sondern wird zum unverzichtbaren, datengestützten Vertriebstool.



Ausgereifte Tools ermöglichen eine genauere und zuverlässigere Vorhersage der Vertriebsergebnisse. Zudem können Vertriebsleiter bestimmte Prozesse wie beispielsweise die Neukunden-Akquise besser steuern, um ihre Ziele zu erreichen.

Zusammenfassung

Bisher erforderten Vertriebsaktivitäten häufig ein gutes Bauchgefühl. Doch die Zeiten ändern sich. Die Verfügbarkeit von „Big Data“ und der zunehmende Wettbewerb auf dem Markt sind die treibenden Faktoren hinter neuen Vertriebsprozessen. Dabei sind die diejenigen Mitarbeiter am erfolgreichsten, die sich dank eines soliden Berichtswesens und leistungsstarken, aussagekräftigen Dashboards auf solide Daten stützen können.

Bei jedem einzelnen Schritt spielen Daten eine wichtige Rolle. Mithilfe einer CRM-Lösung wie Salesforce können Vertriebsteams diese Daten zu ihrem Vorteil nutzen, während ihre Mitbewerber noch versuchen, relevante Inhalte aus der Fülle an Informationen zu extrahieren.

LÖSUNGEN ZUR PRODUKTIVITÄTS- STEIGERUNG IM VERTRIEB

Wenn Sie Ihre Umsätze steigern und Ihre Vertriebsprozesse transparenter gestalten möchten, benötigen Sie ein benutzerfreundliches System für das Kundenbeziehungsmanagement. Mit Salesforce können Sie Kontaktinformationen zu Kunden und Interessenten, Unternehmen, Leads und Geschäftschancen an einem zentralen Ort speichern.

Weitere
Informationen ›

32 % Höhere
Erfolgsquote

40 % Höhere
Vertriebsproduktivität

32 % Umsatzsteigerung



Die in diesem E-Book enthaltenen Informationen sollen unsere Kunden unterstützen und sind rein informativer Natur. Eine Veröffentlichung durch Salesforce stellt keine Empfehlung dar. Salesforce garantiert weder die Fehlerlosigkeit und Vollständigkeit der Informationen, Texte, Grafiken, Links und sonstigen Inhalte in diesem E-Book noch das Erreichen spezifischer Ergebnisse durch das Befolgen der Hinweise in diesem E-Book. Für Ihre ganz spezifischen Fragestellungen ist es unter Umständen empfehlenswert, einen Experten aus dem jeweiligen Fachgebiet zu Rate zu ziehen, beispielsweise einen Anwalt, Buchhalter, Architekten, Unternehmensberater oder ausgebildeten Techniker.

© 2015 Salesforce.com. Alle Rechte vorbehalten.

WEITERE BELIEBTE RESSOURCEN:



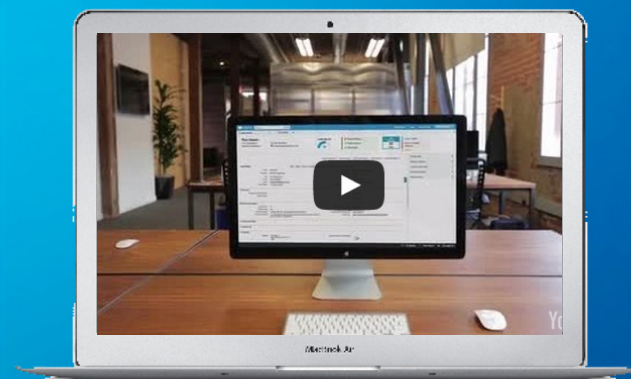
Die 9 Grundbausteine
für erfolgreiche
Dashboards

HERUNTERLADEN



So erhöhen Sie die Produktivität
Ihres mobilen Vertriebsteams

HERUNTERLADEN



Demo ansehen

JETZT ANSEHEN



THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM