

FERTIGUNGSUNTERNEHMEN: WETTBEWERBSFÄHIGKEIT STÄRKEN

VERTRIEBSERGEBNISSE STEIGERN DURCH
INNOVATIVE TECHNOLOGIEN



Einführung

In der Fertigungsbranche wird die Kundenorientierung immer wichtiger. Darum setzen Fertigungsunternehmen weltweit zunehmend auf neue Technologien und agile Prozesse, die ihnen ermöglichen, Produkte und Dienstleistungen auf den Markt zu bringen, die genau den Anforderungen und Wünschen ihrer Kunden entsprechen. Nur so kann die Wettbewerbsfähigkeit gesichert und höhere Margen erzielt werden.

Darüber hinaus arbeiten viele Hersteller daran, engere, nahtlose Beziehungen zu ihren Kunden aufzubauen und mit ihren Kunden zusammenzuarbeiten.

Um erfolgreich zu sein, müssen Vertriebsmitarbeiter heute in Echtzeit Zugriff auf sämtliche relevante Informationen haben. Dasselbe gilt auch für die gesamte globale Lieferkette, die extrem schnell reagieren muß.

Die Voraussetzung für diese digitale Transformation sind aussagekräftige Daten, komplette Transparenz und Einblicke, die sofortiges Handeln ermöglichen. Dadurch können fundiertere Entscheidungen schneller getroffen werden.

Die meisten Unternehmen sind jedoch noch immer nicht ausreichend vernetzt, um mit ihren Kunden mithalten und auf ihre Wünsche eingehen zu können. Dieses E-Book geht den Ursachen auf den Grund und zeigt neue Lösungen auf, mit denen sich Fertigungsunternehmen im Markt differenzieren und ihren Vertrieb erfolgreicher machen können.

„Von den 2734 Hidden Champions, die ich weltweit aufgespürt habe, kommen 1307 – das sind 48 Prozent – aus Deutschland.“

Prof. Hermann Simon,
Handelsblatt 2014

Inhalt

- 03** Die häufigsten Herausforderungen
- 06** Die aktuelle Situation im Vertrieb
- 09** Innovative Lösungen für einen effizienteren Vertrieb
- 12** Die Vorteile für den Vertrieb
- 15** Zusammenfassung

Kapitel 1

Die häufigsten Herausforderungen

Unter Fertigung versteht man üblicherweise die Produktion von Waren, die weiterverwendet oder verkauft werden sollen. Die Herstellung erfolgt mittels Arbeitskräften und Maschinen, es werden Werkzeuge, chemische und biologische Verfahren oder Gemische eingesetzt. Meist handelt es sich dabei um industrielle Produktion, bei der Rohstoffe in großen Mengen zu fertigen Erzeugnissen verarbeitet werden.

Die Unternehmen der Fertigungsbranche stehen im weitesten Sinne vor den gleichen, wesentlichen Herausforderungen:

Margendruck

Aufgrund des harten globalen Wettbewerbs, der sich in Zukunft noch verstärken wird, werden die Gewinnspannen für große wie kleine Fertigungsunternehmen immer kleiner. Wer heute auf dem Weltmarkt bestehen und sein Geschäft ausbauen will, muss sich mehr denn je auf technische Lösungen verlassen können.

Fachkräftemangel

Der Personalbestand in der Fertigungsbranche altert zusehends, und der Branche gelingt es kaum, ausreichend Nachwuchs zu gewinnen. Insbesondere bei den Millennials steht die Fertigungsindustrie weit unten auf der Liste der bevorzugten Karriereziele.

Im Prinzip gibt es für die gesamte Fertigungsbranche viele gemeinsame Herausforderungen

Konkret nennen Fertigungsunternehmen folgende Schwierigkeiten:

Kein umfassender Überblick

Geschwindigkeit gilt zwar mittlerweile als neue Währung in der Fertigungsindustrie, dennoch sind die Prozesse in vielen Unternehmen nach wie vor nicht vernetzt und laufen daher zu langsam ab. Kundendaten sind oft isoliert und verstreut in Tabellenkalkulationen, veralteten Umgebungen und separaten Tools gespeichert. Zudem fehlt meist auch die Vernetzung zwischen dem Front Office und dem ERP im Back Office. Durch die breite Streuung der Systeme verfügen Vertriebsmitarbeiter im Außendienst – eine der wichtigsten Abteilungen für jedes wachstumsorientierte Unternehmen – einfach nicht über die geeigneten Tools, um in unserer neuen, schnelllebigen Welt mithalten zu können.

Ungenaue Vertriebs-/ Nachfrageprognosen

Eine weitere Herausforderung für die Fertigungsbranche ist eine effiziente Prognosenerstellung in Bezug auf Bestellungen und Nachfrage. Konkret fällt es den Unternehmen schwer, die Vorgaben des Marktes mit dem Bestand und dem Bedarf der Kunden in Einklang zu bringen. Infolgedessen geraten die Hersteller immer mehr unter Druck und brauchen skalierbare Prozesse, um erfolgreich zu wachsen.

Eingeschränkte Transparenz der Vertriebskanäle

Ein großer Markt und eine große Chance für das verarbeitende Gewerbe sind die Vertriebspartner. Doch ohne Transparenz und Einblicke in die Vertriebskanäle, bleiben diese Chancen ungenutzt. Da die Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Vertriebspartnern nicht immer optimal verläuft, fehlen den Herstellern wichtige Einblicke, um Produkte für den zukünftigen Bedarf entwickeln zu können. Der Schriftverkehr per E-Mail oder auch persönliche Gespräche verlaufen oft im Sand, da sie für Außendienstmitarbeiter kaum nachvollziehbar sind – besonders dann, wenn der Mitarbeiter erst spät im Prozess in die Kommunikationskette einbezogen wird.

Weitere Informationen zur Optimierung Ihres Vertriebs
finden Sie in unserer Infothek.

JETZT INFORMIEREN

„Fast die Hälfte aller Konsumenten aus der Gruppe der Millennials ist bereit, für Services zu bezahlen, die ihnen das Leben erleichtern.“

**Deloitte-Verbraucherstudie
„2014 Gen Y Automotive
Consumer Study“**

Kundenbeispiel Koenig & Bauer: Weltweite Planbarkeit und ortsunabhängiges Arbeiten

Bei der Koenig & Bauer AG (KBA) hat der Begriff „Bewertung“ eine besondere Bedeutung. Denn beim zweitgrößten Druckmaschinenhersteller der Welt müssen Projekte in jeder Phase hinsichtlich ihrer Erfolgsaussichten richtig eingeschätzt werden. Mit mehr als 4.500 Mitarbeitern verfügt die börsennotierte Unternehmensgruppe dafür über ein weit gespanntes, globales Netz von Vertriebsvertretungen, das entscheidende Informationen beisteuern kann.

Die perfekte Lösung war deshalb ein Tool, das es möglich macht, per Knopfdruck alle weltweiten Projekte strukturiert darzustellen. So kann man auf einen Blick sehen, welche Projekte die größte Wahrscheinlichkeit zur Umsetzung haben.

KBA suchte nach einer CRM-Anwendung, die den weltweiten Vertriebsprozess standardisiert und alle Vertretungen sowie die Zentrale in einem System verbindet – und wurde bei Salesforce fündig. Kundenwünsche können auf Anhieb erfüllt werden, Angebote werden maßgeschneidert erstellt. Das Vertriebsteam freut sich über eine einfach zu bedienende Benutzeroberfläche, mit der schnell Angebote erstellt werden können. Die wöchentlichen Projektmeetings werden heute bei Koenig & Bauer mit Salesforce durchgeführt. Mit der mobilen App ist orts- und netzunabhängiges Arbeiten problemlos möglich und selbst für das Marketing- und Kampagnenmanagement nutzt das Unternehmen nun die Sales Cloud.

[Erfolgsgeschichte lesen >](#)



„Seitdem wir die Sales Cloud einsetzen, verfügen alle Mitarbeiter weltweit über den gleichen projektrelevanten Informationsstand. Damit arbeiten wir effizienter und können schneller reagieren.“

- Thomas Göcke,
Koenig & Bauer,
Head of Marketing & CRM

Kapitel 2

Die aktuelle Situation im Vertrieb

Fertigungsunternehmen lassen sich in fünf Kategorien einteilen:

- Industrieerzeugnisse
- Maschinen und Anlagen
- Elektrische Komponenten
- Bauprodukte
- Langlebige Gebrauchsgüter

Zudem produzieren Hersteller entweder nach dem Prinzip Lagerfertigung („made to stock“), bei dem Rohstoffe vorgehalten und Produkte entsprechend der Nachfrageprognose auf Lager produziert werden, oder nach dem Prinzip „Fertigung nach Auftrag“ („made to order“), wie bei einem Flugzeughersteller, der ein Flugzeug nur auf Bestellung anfertigt.

Unabhängig davon, in welche Kategorie ein Hersteller fällt – jeder wendet eine der folgenden Vertriebsstrategien für die Markteinführung an:

Direktvertrieb

Mit einem Vertriebsteam wird eine begrenzte Anzahl von Kunden direkt betreut. Entscheidend für den Erfolg des Teams ist der standortunabhängige Zugriff auf Back-Office- und Produktinformationen, um Bestellungen exakt und schnell erstellen zu können.



Externe Vertriebsmitarbeiter des Herstellers

Anstelle von fest angestellten Vertriebsmitarbeitern wird der Vertrieb ausgegliedert, um Kosten zu sparen. Diese externen Anbieter können nur ein einziges, aber auch viele verschiedene Unternehmen vertreten.

Distributor/Großhändler

Ein Distributor steht dem Kunden mit direktem Support zur Verfügung. Er kauft und verkauft Produkte und stimmt Warenlieferung und Preisgestaltung mit dem Hersteller ab.

Händler oder Einzelhändler

Oft ist ein Händler oder Einzelhändler der wichtigste Kanal für die Interaktion zwischen Hersteller und Kunde. Hersteller müssen diesen Kanal nutzen, um umfassende Informationen über Kunden, Produkte und Services zu erhalten, denn nur so können sie ihre Umsätze steigern und den Endkunden besser bedienen.

Aufgrund des in Kapitel 1 erwähnten zunehmenden globalen Wettbewerbs und Margendrucks empfehlen sich folgende Ansätze zur Optimierung der Vertriebsprozesse:

Zusätzlicher Umsatz

Vertriebsmitarbeiter haben nicht nur die Aufgabe, neue Kunden zu gewinnen. Vielmehr müssen sie auch durch Upselling und Cross-Selling weitere oder ergänzende Produkte und Serviceleistungen an Bestandskunden verkaufen, um dem Margendruck standzuhalten.

Ein umfassender, zentraler Überblick über die bisherigen Interaktionen mit dem Kunden sowie alle verfügbaren Informationen über den Kunden und frühere Bestellungen sind dabei unerlässlich.

Datenpflege

Ohne Zugang zu den genauesten Informationen kann ein Vertriebsmitarbeiter den aktuellen Bedarf seiner Bestandskunden nicht erkennen und dem Kunden neue oder zusätzliche Lösungen vorschlagen. Nur wer jeden seiner Kunden umfassend kennt, kann die Geschäftsbeziehung verbessern.

Nachfrageprognosen

Upselling- und Cross-Selling-Chancen gehen schnell verloren, wenn das bestellte Produkt nicht lieferbar ist. Nur mit einer präzisen Prognosenerstellung lässt sich der Lagerbestand so planen, dass die Nachfrage von Bestands- und Neukunden jederzeit entsprechend bedient werden kann.

Tools für die Zusammenarbeit

Wenn mehrere Mitarbeiter im Vertriebsprozess an einem Projekt arbeiten, ist ein Tool für eine Zusammenarbeit essentiell, das jedem Teammitglied Zugriff auf dieselben Kundendaten ermöglicht. Auch bei Vertriebspartnern lässt sich der Umsatz maximieren, wenn die Vertriebskanäle transparenter und die Systeme gut vernetzt sind.

” Fertigungsunternehmen lassen sich in fünf Kategorien einteilen:

- Industrieerzeugnisse
- Maschinen und Anlagen
- Elektrische Komponenten
- Bauprodukte
- Langlebige Gebrauchsgüter “

Kundenbeispiel Haas Fertigbau

Dem Wettbewerb stehts einen Schritt voraus

Haas Fertigbau, der führende Anbieter im Holz-Fertigbau, wurde bereits 1972 gegründet und ist seit dem kontinuierlich gewachsen. Mit dem Wachstum des Unternehmens durch Gründungen und Zukäufe sind auch die Anforderungen an die IT-Infrastruktur kontinuierlich gestiegen, und damit auch der Wildwuchs.

Gleichzeitig haben sich Komplexität und Aufwand aufgrund der rasanten Verbreitung digitaler Technologien und mobiler Geräte erhöht.

2013 übergab Firmengründer Xaver Haas den Staffelstab an seine drei Kinder, die das Unternehmen nun in die Zukunft führen – und nach diesem Generationswechsel die notwendigen Veränderungen für einen nachhaltigen Erfolg vorantreiben. Als einer der ersten deutschen Bauunternehmer führte Haas Fertigbau die Sales Cloud ein, um auch das Thema CRM und Vertriebssteuerung in die nächste Generation zu überführen.

Ziel war es, mithilfe der neuesten Technologien Datenqualität sowie die Abschlussquote zu erhöhen und „den Vertriebsmitarbeitern eine enge, nahtlose Kundenführung zu ermöglichen“, erklärt Haas.

Maßgeblich für die Entscheidung für Salesforce war für Xaver A. Haas neben einer hohen Mitarbeiter Akzeptanz vor allem die Benutzerfreundlichkeit des Tools und die Möglichkeit des mobilen Datenzugriffs.

Mit der Sales Cloud kann der Vertrieb jetzt Leads effizienter abarbeiten und schneller auf den Kunden reagieren. Dank der Analysemöglichkeiten wird zudem das Marketing zielgerichteter gestaltet und der Vertrieb insgesamt besser gesteuert.

[Erfolgsgeschichte lesen >](#)



„Ich kann dem Vertrieb nun ein Tool an die Hand geben, mit dem er effizienter, schneller und zielgerichteter arbeiten und somit erfolgreicher sein kann.“

– Xaver A. Haas
Geschäftsführer
Haas Fertigbau

Kapitel 3

Innovative Lösungen für einen effizienteren Vertrieb

Vielen Herstellern fällt es nicht leicht, wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Gründe dafür sind nicht vernetzte Systeme sowie zahlreiche weitere Faktoren – von veralteten Tools im Unternehmen bis hin zu isolierten Tabellenkalkulationen – die die Produktivität ihrer Kundenbetreuer behindern.

Um in der aktuellen Wettbewerbslandschaft bestehen zu können, müssen Hersteller veraltete Systeme durch innovative Lösungen ersetzen und ihren Vertriebsmitarbeitern die nötigen Tools zur Verfügung stellen, um Kunden besser bedienen zu können.

Cloubasierte CRM-Lösungen

Eine cloubasierte Lösung für das Kundenbeziehungsmanagement (Customer Relationship Management, CRM) ermöglicht Ihnen tiefergehende, engere Beziehungen zu jedem Ihrer Kunden. Da sämtliche Informationen und Interaktionen sorgfältig dokumentiert werden, können Sie schnell Entscheidungen fällen. Ihre Vertriebsmitarbeiter sind so besser gerüstet, um neue Kunden zu gewinnen und Upselling- und Cross-Selling-Chancen bei Bestandskunden in Abschlüsse zu verwandeln.



Integration

ERP-Systeme (Enterprise Resource Planning) bieten Herstellern die Möglichkeit zur Speicherung, Verwaltung und Auswertung von Daten. Sind diese Daten jedoch nur in einem veralteten Back-Office-System verfügbar, kann auch das beste ERP-System die Effizienz der restlichen Organisation nicht verbessern. Hier fehlt das richtige Integrationstool, das eine Verbindung zwischen Back-Office-ERP und Front-Office-Systemen herstellt, denn nur so können Fertigungsunternehmen die komplexe Distribution und ihre Supply Chains steuern und die Produktnachfrage bedienen. Dieser Zugriff ist auch entscheidend für den Aufbau eines aussagekräftigen Kundenprofils.

Analysen

Etwa 90 Prozent der weltweiten Daten entstanden in gerade einmal zwei Jahren, und bis 2020 könnte sich das Datenvolumen verzehnfachen. Im Bereich der Fertigung müssen Daten nicht nur korrekt sein, sondern auch verwertbar, damit die Vertriebsmitarbeiter fundierte Entscheidungen treffen können. Ein geeignetes Analysetool bietet Vertriebsmitarbeitern die Möglichkeit, neue Opportunities zu erkennen und sie besser an Kunden zu verkaufen.

Mobilgeräte

Echtzeitinformationen sind heute ein essentieller Erfolgsfaktor für Vertriebsmitarbeiter in der Fertigungsindustrie. Die reine Schreibtischarbeit gehört mittlerweile der Vergangenheit an, und für den mobilen Einsatz muss auch kein Laptop mehr hochgefahren werden. Wer wirklich im Wettbewerb bestehen möchte, muss jederzeit und von überall aus per Mobilgerät auf aktuelle Daten zugreifen können. Von einem Smartphone oder Tablet aus können Vertriebsmitarbeiter den neuesten Account, die Bestellhistorie, Produktkataloge, den Bestand, Liefertermine und vieles mehr einsehen.

A worker wearing a yellow hard hat and safety vest is using a tablet in a factory setting. The background is blurred, showing industrial equipment and structures. The text is overlaid on a green semi-transparent box.

Hersteller müssen veraltete Systeme durch innovative Lösungen ersetzen und ihren Vertriebsmitarbeitern die nötigen Tools zur Verfügung stellen, um Kunden besser bedienen und in der aktuellen Wettbewerbslandschaft bestehen zu können.

Kundenbeispiel Teupen Maschinenbau

Kundenbeziehungen besser pflegen als der Wettbewerb

Teupen Maschinenbau sorgt mit seinen Arbeitsbühnen dafür, dass Menschen ihre hohen Ziele schneller erreichen. Die Kunden des Unternehmens profitieren von mehr als 40 Jahren Erfahrung, die Teupen beim Einsatz von effizienten Technologien für ein wirtschaftlicheres Arbeiten in der Höhe gesammelt hat.

„Wir können schon ganz klar behaupten, dass wir in diesem Bereich nicht nur Pionier, sondern auch Vorreiter und Marktführer sind“, ergänzt Büscher.

Doch auch im Bereich Arbeitsbühnen haben sich die Erwartungen der Kunden durch die zunehmende Digitalisierung deutlich verändert. „Wir müssen Anfragen schneller beantworten, schneller Lösungen anbieten und uns schneller in die Herausforderungen der Kunden einfinden“, weiß Büscher.

Um das zu erreichen, war bei Teupen eine umfassende Modernisierung der IT-Infrastruktur notwendig. Um zunächst den Vertrieb zu modernisieren, setzte Teupen auf die Sales Cloud. Dadurch sind die Mitarbeiter jetzt bestens über die Kunden informiert und können entsprechend agieren. Das Unternehmen ist in der Lage, für jeden Kunden systematisch zu ermitteln, wann der richtige Zeitpunkt ist, um mit ihm in Kontakt zu treten und passende Angebote zu unterbreiten. „Die Mitarbeiter wissen die Transparenz zu schätzen, die wir aufgrund von organisatorischen Veränderungen geschaffen haben.

Sie können dadurch aktiver an Entscheidungsprozessen teilhaben, und nicht zuletzt schlägt sich die verbesserte Struktur unserer Arbeit auch in wirtschaftlichem Erfolg nieder.“

Diese positiven Erfahrungen und die Überlegung, eine zentrale Plattform für kundenbezogene Prozesse zu etablieren, haben zudem dazu geführt, dass Teupen jetzt auch die Service Cloud und die Community Cloud von Salesforce nutzt. So möchte Teupen einerseits die Servicequalität verbessern und gleichzeitig neue Umsatzchancen erschließen.

[Erfolgsgeschichte lesen >](#)

„Mit Salesforce können wir Anfragen schneller beantworten, schneller Lösungen anbieten und uns schneller in die Herausforderungen unserer Kunden einfinden.“

- Florian Büscher
Marketing Manager
Teupen Maschinenbau

Kapitel 4

Die Vorteile für den Vertrieb

Die zahlreichen Vorteile, die sich aus den neuen, effizienteren Prozessen und vernetzten Systemen für den Vertrieb und andere Bereiche ergeben, spüren Fertigungsunternehmen sofort. Das gilt insbesondere für Unternehmen, die die Cloud-Technologie für die Zusammenarbeit ihrer Vertriebsteams untereinander und für die abteilungsübergreifende Abstimmung nutzen.

Engere Kundenbeziehungen

Dank des umfassenden Überblicks über jeden einzelnen Kunden, seine Anforderungen und Historie können Vertriebsmitarbeiter wertvollere Beziehungen zu ihren Kunden aufbauen. Und daraus entstehen mehr Upselling- und Cross-Selling-Chancen. Die Cloud liefert korrekte, jederzeit aktuelle Daten, sodass Vertriebsmitarbeiter sicherstellen können, dass der Lagerbestand auch spätere Zusatzaufträge abdeckt. So sind Sie den Erwartungen Ihrer Kunden stets gewachsen.

Höhere Effizienz

Mit der Cloud verschwenden Vertriebsmitarbeiter weniger Zeit mit unproduktiven, manuellen Aufgaben, arbeiten effizienter und können sich stärker auf die Erhöhung der Gewinnspanne konzentrieren. Zudem sind die Mitarbeiter nicht länger frustriert durch die Arbeit mit komplexen Systemen. Die Mitarbeiterfluktuation sinkt – ein entscheidender Punkt in Zeiten mangelnden Nachwuchses.



Vernetzte Systeme

Fertigungsunternehmen stehen jetzt alle Tools zur Verfügung, die sie für die Vernetzung ihrer Systeme und Geräte mit der Cloud benötigen. Die erfassten Daten lassen sich analysieren und bieten eine solide Handlungsgrundlage. Sowohl der Umsatz über Vertriebspartner als auch die Zusammenarbeit mit den Partnern wird gesteigert. Jeder Mitarbeiter kann einen einheitlichen Überblick über den Kunden abrufen – unabhängig davon wo er sich gerade aufhält.

Mobiler Zugriff

Die Verknüpfung von Front- und Back-Office-Daten ermöglicht dem Vertrieb einen Einblick in Ihren Bestand. Aber nicht nur das. Dank der Bereitstellung dieser Informationen über Mobilgeräte können Ihre Mitarbeiter besser verkaufen – von überall aus. Dieser umfassende Überblick ist der entscheidende Faktor, mit dem Sie sich von den Mitbewerbern abheben und dem erhöhten Margendruck standhalten können.

Höherer Umsatz

Eine unabhängige, externe Studie von Confrimit aus dem Jahr 2014 ergab, dass sich bei Unternehmen, die das Salesforce CRM einführten, die Prognosegenauigkeit um 39 Prozent verbesserte, die Vertriebsproduktivität um 32 Prozent zunahm und der Umsatz um insgesamt 23 Prozent stieg.

**Weitere Informationen zur
Optimierung Ihres Vertriebs**
finden Sie in unserer Infothek.

JETZT INFORMIEREN



Unternehmen, die die Cloud-Technologie für die Zusammenarbeit ihrer Vertriebsteams untereinander und für die abteilungsübergreifende Abstimmung nutzen, verzeichnen enorme Vorteile.



Kundenbeispiel Steinbichler Optotechnik

Ganzheitlicher Blick auf den Kunden

Seit 25 Jahren entwickelt und vertreibt die Steinbichler Optotechnik aus Neubeuern hochpräzise optische Messsysteme und dazu passende Softwarelösungen, die bei zahlreichen namhaften Industrieunternehmen und Forschungseinrichtungen eingesetzt werden.

Mit langfristigen OEM-Partnerschaften sicherte sich das Unternehmen in den 90er-Jahren einen Großteil seines Jahresumsatzes, weitere Umsätze stammten aus Projektgeschäften. Anfang 2000 bemerkte Steinbichler starke Marktveränderungen: Statt auf Individuallösungen setzten die Kunden zunehmend auf Standardprodukte, gleichzeitig traten neue Wettbewerber auf. Steinbichler strukturierte daraufhin seinen gesamten Vertrieb und seine Prozesse um und führte die Salesforce Sales Cloud ein.

Dank der Interaktion von Vertrieb, Marketing und Service hat man nun einen zentralen und ganzheitlichen Blick auf den Kunden.

Weltweit betreuen rund 100 Mitarbeiter aus Vertrieb, Service und Marketing etwa 10.000 Kundendatensätze und circa 60.000 Interessenten. 15 weltweite Distributoren können über die Lösung als zentrale Plattform mit Steinbichler in Echtzeit zusammenarbeiten. Im System werden alle Vertriebsphasen – angefangen vom Leadmanagement über die Angebotserstellung bis hin zu den Analysen, wie dem Forecast-Management, oder Management-Dashboards – abgebildet. Heute realisiert Steinbichler nur noch einen kleinen Teil seines Gesamtumsatzes mit dem OEM-Geschäft. Mittlerweile ist das Direktgeschäft in den Vordergrund gerückt. Mehr als die Hälfte des jährlichen Umsatzvolumens wird weltweit durch Neukundengeschäft erzielt.

[Erfolgsgeschichte lesen >](#)

„Ein mittelständisches Unternehmen wie Steinbichler kann sich auf Dauer im internationalen Wettbewerb nicht nur aufgrund seiner hervorragenden Technologie behaupten, sondern braucht eine ebenso professionelle Vertriebsstruktur. Die haben wir mit der Salesforce Sales Cloud geschaffen.“

- Hans Weigert,
Head of Sales and Marketing,
Steinbichler



Zusammenfassung

Die Stärkung der Kundenbeziehungen rückt bei Fertigungsunternehmen weltweit immer mehr in den Fokus. Infolgedessen verändert sich die Art und Weise, wie sie ihre Produkte verkaufen und was sie dazu benötigen. Der Bedarf an Echtzeitinformationen für den Vertrieb war noch nie so groß wie heute, denn nur mit einem zentralen, aktuellen Überblick über alle Kundendaten lassen sich nachhaltige Kundenbeziehungen aufbauen.

Dieses E-Book zeigt neue, agile Lösungen rund um die Cloud-Technologie, mit denen Fertigungsunternehmen ihre verschiedenen Abteilungen vernetzen und ihrem Vertrieb helfen können, sich in der heutigen Wettbewerbslandschaft von den Mitbewerbern abzuheben. Die Firmen, die dank dieser neuen Technologien ihr Geschäft voll auf den Kunden ausrichten und sich vernetzen, werden als Gewinner aus diesem Wettbewerb hervorgehen.

LÖSUNGEN ZUR PRODUKTIVITÄTS- STEIGERUNG IM VERTRIEB

Wenn Sie Ihre Umsatzzahlen erhöhen und den Vertriebsprozess transparent gestalten möchten, benötigen Sie ein benutzerfreundliches System für das Kundenbeziehungsmanagement. Mit Salesforce können Sie Kontaktinformationen zu Kunden und Interessenten, Unternehmen, Leads und Geschäftschancen allen Mitarbeitern an einem zentralen Ort zur Verfügung stellen.

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.

© 2016 Salesforce.com. Alle Rechte vorbehalten.

*Quelle: Ergebnis einer Kundenumfrage durch das unabhängige Unternehmen Confrimit Inc. unter mehr als 4.600 Kunden weltweit.

WEITERE INFORMATIONEN:



Configure Price Quote:
Mit CPQ Angebote
schneller erstellen

Herunterladen ›



So steigern Sie die
Produktivität Ihres
Vertriebsteams

Herunterladen ›



Demo ansehen

Jetzt ansehen ›



KUNDEN BEGEISTERN