Kernkompetenz im Digitalen Vertrieb:

Eine Analyse von Detlef Persin, Leiter der CDH-Akademie (CDH-Mitte)

Die unaufhaltsame Digitalisierung hat eine tiefgreifende Transformation im Vertrieb bewirkt. Einst von persönlichen Kundenbesuchen und manuellen Prozessen geprägt, findet der Vertrieb heute vermehrt digital und in enger Abstimmung mit dem Marketing statt. Ein bedeutsamer Schritt in dieser Entwicklung ist der von CDH in Kooperation mit der IHK Frankfurt angebotene Zertifikatslehrgang **"Digital Sales Manager",** der sich auf die essentiellen Kompetenzen im digitalen Vertrieb konzentriert.

Die Veränderungen im Aufgabenbereich von Vertriebsmitarbeitern sind bedeutsam. Während früher persönliche Kundenbesuche im Mittelpunkt standen, wird der Fokus heute auch auf digitale Kanäle verschoben. Dies ermöglicht eine effizientere Kundenansprache und ein tieferes Verständnis der Customer Journey.

Trotz der fortschreitenden Digitalisierung werden Vertriebsmitarbeiter auch in Zukunft bei anspruchsvollen Produkten benötigt. Lediglich der Touchpoint zum Kunden wird sich innerhalb der Customer Journey weiter verändern. Laut einer Umfrage von Showpad/USA aus dem Jahr 2018, die trotz (oder gerade wegen) der Veränderungen durch die eingeschränkten persönlichen Kontakte immer noch Gültigkeit besitzt, betrachten 70 Prozent der Verbraucher den Verkäufer als wichtiges Kaufkriterium.

Die Unterscheidung zwischen Online-Vertrieb und der Digitalisierung des Vertriebs ist entscheidend. Während der Online-Vertrieb den reinen digitalen Prozess beschreibt, bezeichnet die Digitalisierung des Vertriebs den umfassenderen Wandel hin zu digitalen Prozessen und Strategien im gesamten Vertriebsbereich. Die Integration von smarten Tools und digitalen Prozessen unterstützt Vertriebsmitarbeiter bei ihrer täglichen Arbeit, angefangen bei der Angebotserstellung bis hin zur Akquise relevanter Zielgruppen.

Die Customer Journey hat im digitalen Vertrieb eine herausragende Bedeutung erlangt. Sie bildet die Weiterentwicklung des traditionellen Verkaufszyklus ab und ermöglicht eine gezielte Kundenansprache entlang des gesamten Kaufprozesses.

Die Automatisierung von Sales-Prozessen ist ein weiterer Schritt in Richtung Effizienz im Vertrieb. Durch den Einsatz von CRM-Systemen und anderen digitalen Tools können Unternehmen definierte Kundengruppen identifizieren und ihre Vertriebsprozesse optimieren.

Insgesamt ist die Entwicklung hin zum digitalen Vertrieb unaufhaltsam. Der bereits 8. Online IHK Zertifikats-Lehrgang „Digital Sales Manager" bietet Vertriebsmitarbeitern die Möglichkeit, ihre Kompetenzen im digitalen Vertrieb zu stärken und sich auf die Anforderungen der Zukunft vorzubereiten. Die enge Verzahnung von Vertrieb und Marketing wird dabei eine Schlüsselrolle spielen, um den Erfolg im digitalen Vertrieb langfristig zu sichern.