

Workgroup „Chancen im Digitalen Vertrieb“

Neue Märkte, neue Kunden, neue Kanäle – von Predictive Analytics über Social Selling zu digital erweiterten Produkten

Das Institute of Electronic Business e.V. (IEB) bietet in Zusammenarbeit mit der Skubch&Company GmbH ab Oktober 2018 das Austauschformat „**Workgroup: Chancen im Digitalen Vertrieb**“ zur Erforschung und erfolgreichen Gestaltung bestehender und neuer Kanäle zu Kunden. Das IEB dient dabei – in seiner Eigenschaft als An-Institut der Universität der Künste Berlin – als in Wissenschaft und Praxis bewährter Partner der teilnehmenden Unternehmen, ergänzt um die fachliche Kompetenz von Skubch&Company.



Mögliche Themen und Fragestellungen

Welche Anforderungen werden an die **digitale Transformation im Unternehmensvertrieb sowie bei der Implementierung von digitalen Vertriebslösungen** gestellt? Welche Chancen ergeben sich durch die digitale Transformation im Vertrieb? Welche Voraussetzungen müssen geschaffen werden? Welche Anforderungen an die Unternehmenskultur und an die Führungskräfte entstehen? Wie sieht Leadership im digitalen Vertrieb aus?

Verändertes Informations- und Kommunikationsverhalten



Wie informiert sich meine **Zielgruppe** heute und morgen?
 Wie werden **Kaufentscheidungen** getroffen?
 Auf welche **Kanäle** verteilt sich die Aufmerksamkeit der Zielgruppe?

Analyse von Kundenverhalten und -bedarfen



Welche Möglichkeiten habe ich, Informations- und Kaufentscheidungen des **Kunden kennen- und verstehen zu lernen**?
 Wie kann ich **eigene Kundeninformationen** zu diesem Zwecke aufbauen und nutzen?

Neue Art der Kundenbeziehung



Welche Rolle spielen **peer2peer-Netzwerke**?
 Wo und wie will ich künftig aus vertrieblicher Sicht **Kundenbindung und -gewinnung** betreiben?
 Wie nutze ich **Predictive Analytics** zur Kundenpflege und -bewertung?

Unterstützung meiner Vertriebsmannschaft im digitalen Kundendialog und -verkauf



Welche **Werkzeuge** kann ich meinen Mitarbeitern im digitalen Vertrieb zur Verfügung stellen?
 Wie funktioniert Verkauf in oder mithilfe von **sozialen Medien**?

Einfluss des digitalen Vertriebs auf meine Wertschöpfungskette



Vom „Push“ zum „Pull“ – welchen Einfluss hat der Einbezug der Kundenanforderungen über digitale Plattformen?

Veränderung der Geschäftsmodelle



(Wie) kann oder muss mein **Geschäftsmodell** durch digitalen Vertrieb verändert werden?
 Welche Rolle spielen **Plattformen/Aggregatoren**?
 Welche wesentlichen Akteure gibt es in digital getriebenen **Vertriebs-Ökosystemen**?

Ziele und Output (oder: Was nehmen Sie konkret mit?)

Im Rahmen der geplanten Workshops werden alle Teilnehmer die Möglichkeit bekommen, einen Marktüberblick zu erlangen und auf Wunsch sowohl einen vertieften Einblick in den Stand der Dinge in ihrem Unternehmen zu geben als auch einen Eindruck zu gewinnen, wie andere Unternehmen mit diesen Themen umgehen. Ziel sind der Austausch und das Lernen von anderen Unternehmen im Sinne eines **Practice-Sharing**. Aus den vorgestellten und diskutierten Themen sollen die wichtigsten **Rahmenbedingungen und Gestaltungsparameter für die Ermittlung der Chancen durch neue Ansätze im Digitalen Vertrieb** ermittelt werden: welche Mechanismen, Trends und Entwicklungen im Bereich des digitalen Vertriebs und des Einsatzes neuer Technologie, wie z.B. **Predictive Analytics, maschinelles Lernen, „Künstliche Intelligenz“** den Vertrieb im Unternehmen vornehmlich bestimmen und verändern. Diese Faktoren werden dann mit einem **Expertengremium** abgestimmt. Sie erhalten auf Wunsch eine individuell auf Ihr Unternehmen abgestimmte Handlungsempfehlung, sowie konkrete Hinweise, welche Bereiche Sie als Priorität angehen sollten.

Ablauf der Praxis-Workshop-Reihe

Die konkreten Themengebiete und besonderen Themen werden **anhand des Bedarfs der TeilnehmerInnen** festgelegt und jeweils in einem Experten-Impuls vorgestellt, um in der Folge konkrete **Lösungen für die Unternehmenspraxis** zu erörtern. Hierzu gibt es insgesamt vier Treffen. Diese beinhalten auch Besuche bei innovativen Unternehmen bzw. Start-ups



AM 22. NOVEMBER 2018 FINDET IN BERLIN DIE AUFTAKT- VERANSTALTUNG FÜR ALLE INTERESSENTEN STATT

In diesem Rahmen wird das weitere Vorgehen (**Termine** und Vorauswahl der **Schwerpunktt Themen**) gemeinsam festgelegt – unter Berücksichtigung der **Interessen und Bedürfnisse der Teilnehmer**.

****Diesen ersten Impuls- und Austauschtermin bieten wir am Thema interessierten Unternehmen gegen eine Schutzgebühr von € 500.-- an.
(Für IEB-Mitglieder: € 250.--)****

Organisation und Anmeldung

Das IEB übernimmt gemeinsam mit Skubch&Company die Organisation, die inhaltliche Planung, das Teilnehmermanagement sowie die umfassende Auf- und Nachbereitung der Ergebnisse. Darüber hinaus stellt das IEB den Teilnehmern aktuelle, anwendungsorientierte Forschungsergebnisse bereit. Nach dem vierten Workshop (voraussichtlich Mai 2019) erhält jedes teilnehmende Unternehmen den Transfer eines der vier bis dahin behandelten Schwerpunktthemen bzw. eines Lernortes (individuelle Analyse, Ableitung von konkreten Handlungsempfehlungen – in präsentierbarem Format) durch die betreuenden Kooperationspartner. Voraussetzung hierfür ist eine Teilnahme über mind. acht Monate.

Im Rahmen der Auftaktveranstaltung wird gemeinsam erarbeitet, ob, welche und wie viele „Lernreise-Termine“ im Rahmen der Workgroup durchgeführt werden. Abhängig von der Entscheidung über die weitere Ausgestaltung der Workgroup kann dann ein Angebot der Kosten für interessierte Unternehmen/Teilnehmer erfolgen. IEB-Mitglieder erhalten einen Mitgliederrabatt von 25% und können den Beitrag mit ihrem ggf. bestehenden Dienstleistungskontingent am IEB verrechnen lassen.

Da dieser individuelle Workshop von der **Teilnehmerzahl streng limitiert** ist, bitten wir Sie, sich so schnell wie möglich, **spätestens bis zum 09.10.2018** verbindlich unter der E-Mail-Adresse info@ieb.net anzumelden. Bitte haben Sie Verständnis, dass wir uns an die Reihenfolge der Anmeldung halten müssen.

Referenzen und Expertise

Dieses Austauschformat fand am IEB bereits innerhalb mehrerer Runden (z.B. Workgroups zu „Digital Change“, „Corporate Learning“, „Enterprise 2.0“) u. a. mit folgenden Unternehmen statt: Berliner Volksbank, Deutsche Kreditbank, Evangelische Bank, Bosch Siemens Hausgeräte, Mazars, TÜV Süd. Fokus des Austausches waren die Anwendungen der Unternehmen, Experteninputs und Austausch von Erfahrungen. Gleichzeitig hat das IEB zahlreiche Unternehmen bei Projekten im Umfeld der digitalen Transformation, der internen Zusammenarbeit, des Wissensmanagements und dem Aufbau von digitaler Kompetenz begleitet. Die enge Bindung an die Wissenschaft (Universität der Künste Berlin, Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft, Weizenbaum Institut für die vernetzte Gesellschaft, Universität St. Gallen) sichert eine hohe Qualität und Aktualität der Inhalte.

Die Skubch&Company GmbH bietet langjährige Praxiserfahrungen in der Beratung ihrer Kunden mit umfassender Strategie- und Vertriebskompetenz in Verbindung mit digitalem Transformationsverständnis (u. a. ERGO, ÖRAG, DSV).

Die Leiter der Workgroup, Herr Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer, Forschungsleiter des IEB und darüber hinaus an den genannten Institutionen tätig, sowie Maik Schmalstich und Christian Vogl, Partner von Skubch&Company stehen für den Brückenschlag zwischen Forschung und Anwendung. Gemeinsam sind sie mitverantwortlich für hunderte praxisorientierter Projekte in der letzten Dekade.



Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer



Maik Schmalstich



Christian Vogl