

Boosting Seller Productivity



Eine Einführung in "Playbook-based Selling"
von Volker Wiora, Gründer und Geschäftsführer von Linkando

Die zunehmende Komplexität im B2B-Vertrieb bedroht die kommerziellen Ziele von Vertriebsleitern. Digitale Playbooks stellen Verkäufern erprobte Best-Practices und Verkaufstechniken direkt in herkömmlichen Sales-Tools zur Verfügung. Das Ergebnis sind höhere Win-Rates und kürzere Sales-Zyklen.

Das Wichtigste in Kürze

- ➔ Die Win-Rates in Unternehmen sinken, da Verkäufer die zunehmende Komplexität des modernen B2B-Vertriebs nicht effizient steuern
- ➔ Digitale Playbooks erfassen bewährte Best-Practices und Verkaufstechniken und stellen sie allen Verkäufern in der gesamten Organisation zur Verfügung.
- ➔ Vertriebsleiter können mittels Playbooks bewährte Prozesse standardisieren und skalieren und dadurch mehr Kontrolle über den Sales-Zyklus erhalten.
- ➔ Linkando Playbooks lassen sich in herkömmliche Vertriebstools wie CRM-Systeme integrieren mit minimaler Integrations- und Einarbeitungszeit.
- ➔ Anwendungsfälle bei unseren Kunden zeigen zweistellige Verbesserungen bei den Win-Rates, deutlich geringere Churn-Rates, kürzere Verkaufszyklen und steigende Cross- und Up-Selling-Umsätze.

Zusammenfassung

Einkaufsteams im Home-Office, globaler Wettbewerb, neue Technologien und zunehmende Compliance-Anforderungen erhöhen die Komplexität im B2B-Vertrieb. In modernen Vertriebsorganisationen können 77 % der Verkäufer ihre Arbeit nicht mehr effizient erledigen.¹ Verkäufer haben weniger Einfluss auf B2B-Kaufentscheidungen, komplexe Produkte erfordern mehr Wissen und Verkäufer werden in einer ständig wachsenden Rolle mit zunehmenden Verantwortlichkeiten belastet, die sie von ihrer eigentlichen Aufgabe ablenken: Sales!

Mehr Training wird diese Herausforderungen nicht lösen, da Trainingserfolge nur von kurzer Dauer sind und nur ein Bruchteil des neuen Wissens in tatsächliche Ergebnisse umgesetzt wird. Stattdessen müssen Vertriebsleiter ihre Verkäufer befähigen, indem sie "Tech as a Teammate" einführen - bei Linkando nennen wir das "Playbooks". Konventionelle Playbooks gibt es schon seit Jahrzehnten; Linkando stellt sie nun digital zur Verfügung und integriert sie in konventionelle Vertriebstools wie Meeting-Software oder CRM-Systeme. Sie können sich

Linkando Playbooks wie einen erfahrenen Mitarbeiter vorstellen, der Ihre Verkäufer bei deren täglichen Aufgaben unterstützt - von der Lead-Akquise über den Verkauf bis hin zum Aftersales.

Digitale Playbooks bieten Verkäufern Echtzeit-Anleitungen für ihre tägliche Arbeit, verbessern den Output von hochwertigen Aufgaben wie Kundengesprächen und reduzieren den Zeitaufwand für geringwertige Aufgaben wie das Ausfüllen von CRM-Formularen. Playbooks erfassen Best-Practices über die gesamte Vertriebsabteilung hinweg und stellen sie allen Verkäufern bereit, um Low-Performer in echte Sales-Champions zu verwandeln. Auf Managementebene können Vertriebsleiter die aus der Nutzung digitaler Playbooks resultierenden Daten nutzen, um Prozesse zu standardisieren, den Wissenstransfer zwischen Verkäufern zu erleichtern und mehr Kontrolle über den Vertriebszyklus zu erlangen.

Der Einsatz digitaler Playbooks führt zu höheren Win-Rates, mehr Kundenzufriedenheit, schnellerem Onboarding von Vertriebsmitarbeitern, niedrigeren Churn-Rates, mehr Cross- und Upselling-Umsatz und effektiver Teamarbeit über verschiedene Abteilungen hinweg. Linkando Playbooks steigern somit signifikant den Umsatz und Gewinn von Unternehmen.

¹ Gartner, 2023



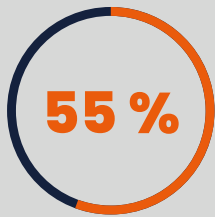
Die Herausforderung: Komplexität bedroht kommerzielle Verkaufsziele

Der B2B-Vertrieb ist in den letzten Jahren sehr viel komplexer geworden. Die Globalisierung verschärft den Wettbewerb, neue Technologien verändern Prozesse, der demografische Wandel und das Home-Office haben das Kauf- und Verkaufsverhalten verändert. Zudem erhöhen die aktuellen politischen Krisen den Kostendruck wie seit Jahrzehnten nicht mehr. Die folgenden Herausforderungen sind eine direkte Folge dieser Komplexität:

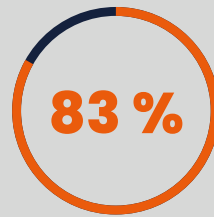
- ➔ B2B-Buying-Center sind intransparent geworden und den Verkäufern fehlt das Verständnis für die Anforderungen ihrer Kunden und deren Entscheidungsprozesse. Infolgedessen fällt es ihnen immer schwerer, Kaufentscheidungen zu beeinflussen.
- ➔ Komplexere Produkte erfordern von den Verkäufern tieferegehende Produktkenntnisse, sodass sie oft zu technischen Spezialisten werden müssen.
- ➔ Intern müssen Verkäufer immer öfter Aufgaben übernehmen, für die sie nicht ausgebildet wurden und die nicht direkt mit ihren Verkaufszielen zusammenhängen.
- ➔ Verkäufer werden in ihrer täglichen Arbeit von immer mehr Tools und Prozessen überwältigt. Vielleicht beschwerten sich auch Ihre Verkäufer über den zeitlichen Aufwand der CRM-Pflege?
- ➔ Verkäufer haben zunehmend Schwierigkeiten, ihre Verkaufstechniken an eine remote Arbeitsumgebung anzupassen und können nicht mit den sich schnell ändernden Kundenerwartungen Schritt halten.

Mit zunehmender Komplexität stoßen Verkäufer an ihre Leistungsgrenze und erreichen ihre Verkaufsziele nicht mehr. Deshalb sind Vertriebsleiter und -teams, die diese Herausforderungen nicht meistern können, langfristig nicht konkurrenzfähig.²

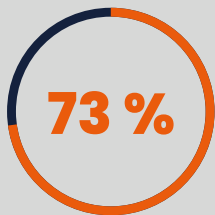
² Gartner, 2023



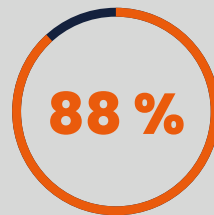
der Buying-Center sind mittelmäßig bis hochgradig **dysfunktional**.



aller Sales-Leader sind der Meinung, dass ihre Verkäufer sich **nicht ausreichend an die Kundenbedürfnisse anpassen**.



geringere Abschlusswahrscheinlichkeit bei **hochwertigen Produkten** aufgrund der Komplexität von Kaufentscheidungen.



aller Sales-Leader suchen nach **neuen Wegen, um ihre Verkäufer besser zu befähigen**, sodass sie ihre Umsatzziele in den nächsten 5 Jahren erreichen können.

Um diese Herausforderungen zu bewältigen, greifen Sales-Leader in der Regel entweder auf Vertriebsschulungen oder herkömmliche Vertriebstools wie CRMs oder Plattformen zur Lead-Generierung zurück. Doch keiner dieser Ansätze geht an den Kern des Problems. So sind Trainingserfolge meist nur von kurzer Dauer und nur ein Bruchteil des neu erworbenen Wissens lässt sich in echte Ergebnisse umsetzen. 84% der in Vertriebsschulungen gelehrt Inhalte werden von den neuen Mitarbeitern nicht umgesetzt.³ Herkömmliche Verkaufstools zielen zwar darauf ab, die Komplexität zu reduzieren, doch oft haben sie den gegenteiligen Effekt: Sie erhöhen sogar die Komplexität, da sich die Verkäufer mit tool-bezogenen Aufgaben befassen müssen, die oft nur einen geringen Mehrwert für den Verkaufsprozess bieten - denken Sie beispielsweise an Verkäufer, die stundenlang Compliance-Daten in einem CRM-Tool erfassen.

Digital Playbooks: Ein neuer Ansatz für mehr Vertriebsproduktivität

Da Schulungen und herkömmliche Verkaufstools Verkäufern nur selten zu besseren Ergebnissen verhelfen, suchen Sales-Leader nach einem neuen Ansatz. Unsere Lösung heißt „**Linkando Playbooks**“, die erste interaktive digitale Echtzeit-Playbook-Software auf dem Markt. Mit digitalen Playbooks können Unternehmen ihren Verkäufern während der täglichen Arbeit in Echtzeit umsetzbare Hilfestellungen bereitstellen. Bei Linkando verwenden wir den Begriff „Tech as a Teammate“, um den Unterschied zu herkömmlichen Verkaufstools zu verdeutlichen. Anstatt ein weiteres separates Verkaufstool einzuführen, unterstützen Linkando Playbooks die Verkäufer, während sie ihre bestehenden Tools nutzen.

Digitale Playbooks bieten einen Mehrwert bei jedem Schritt entlang der Customer-Journey, z. B. bei der Lead-Akquise, beim Pitching, bei Demos, bei Verkaufsgesprächen, beim Onboarding, im After-Sales und beim Cross- und Upselling. Sie können sich digitale Playbooks wie einen erfahrenen Mitarbeiter vorstellen, der Ihren Sellern mit seiner Erfahrung jederzeit zur Seite steht und ihnen konkrete Anweisungen gibt, was als Nächstes zu tun ist. Digitale Playbooks helfen Verkäufern auch dabei, ihre Gewohnheiten kontinuierlich zu verbessern, um langfristig maximalen Verkaufserfolg zu gewährleisten.

Unternehmen nutzen beispielsweise Social-Media-Plattformen wie LinkedIn oder Facebook zur Lead-Gewinnung, Videokonferenz-Tools wie Zoom oder Microsoft Teams für Verkaufsgespräche, CRM-Tools wie Hubspot oder Salesforce zur Dokumentation von Kundeninteraktionen und Software wie Zendesk oder ServiceNow für den Kundenservice. Linkando Playbooks können in all diese Tools durch eine Browser-Integration oder als

³ Zendesk, 2023



Meeting-Lösung verwendet werden. Wann immer Ihre Verkäufer eines ihrer konventionellen Verkaufstools benutzen, tragen Linkando Playbooks mit konkreten Handlungsanweisungen zum Erfolg bei.

Linkando verfolgt folgende Ziele:

- ➔ **Mehr hochwertige Deals durch besseres Prospecting:** Marketing-Mitarbeiter qualifizieren Leads häufig nach subjektiven Kriterien und „Bauchgefühl“ statt den objektiven Bewertungskriterien Ihres Unternehmens. Diese Subjektivität reduziert die Abschlusswahrscheinlichkeit massiv. Vertriebsleiter sagen, dass mehr als 50 % aller Leads nie ein echtes Kaufinteresse an ihrem Produkt oder ihrer Dienstleistung hatten.⁴ Playbooks geben Marketing-Mitarbeitern und SDRs objektive Kriterien für die Lead-Bewertung an die Hand und verbessern dadurch die Conversion-Rates deutlich.
- ➔ **Handlungsempfehlungen für Virtual Selling:** Da Virtual Selling noch ein relativ neuer Trend ist, der sich im Zuge der Pandemie plötzlich beschleunigt hat, können Verkäufer ihre Fähigkeiten aus dem Face-to-Face-Vertrieb noch nicht effizient in virtuelle Kundengespräche übertragen. 75 % aller Vertriebsmitarbeiter glauben, dass sie live besser verkaufen als virtuell.⁵ Digitale Playbooks bieten Anleitungen für Kundengespräche direkt in digitalen Meetings, um strukturierte Kundeninteraktionen und damit höhere Win-Rates zu ermöglichen.
- ➔ **Fokus auf menschliche Kernkompetenzen:** Herkömmliche Vertriebstools erfordern einen hohen Pflegeaufwand und Vertriebsmitarbeiter verbringen zu viel Zeit mit der Dokumentation. Unsere Lösung automatisiert Routineaufgaben wie die Erstellung von Verkaufsskripten oder routinemäßige CRM-Einträge. Das wiederum setzt die Ressourcen der Verkäufer frei, damit sie sich auf ihre menschlichen Kernkompetenzen konzentrieren können. Qualitativ hochwertige CRM-Informationen erleichtern zudem die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit.
- ➔ **Automatisierung schafft skalierbare Prozesse:** Automatisierung macht Prozesse besser skalierbar. Sie können jedoch erst dann etwas automatisieren, wenn Sie es zuvor klar definiert haben. Mit Playbooks können Sie Prozesse optimal strukturieren und sie dann an Ihr Vertriebsteam weitergeben.
- ➔ **Mehr Kontrolle für Sales-Leader:** Vertriebsleiter können mit Playbooks Best-Practices definieren und den Standard für ihr Team festlegen. So haben sie mehr Kontrolle über den Sales-Zyklus und können die Sales-Performance ihrer Teams besser steuern und beeinflussen.

⁴ Zendesk, 2023

⁵ Allego, 2021

Was unsere Kunden sagen

Linkando-Kunden bestätigen, dass Playbook-based Selling signifikante Leistungsverbesserungen erzielt. Im Durchschnitt beobachten wir die folgenden Verbesserungen bei Linkando-Nutzern:

- ➔ **Conversion Rates:** Mithilfe objektiver Lead-Scoring-Kriterien können Seller den Zeitaufwand für die Gewinnung hochwertiger Leads reduzieren und ihre Conversion-Rates um 30 % steigern.
- ➔ **Kürzere Verkaufszyklen:** Optimierte Customer Journey Playbooks verkürzen die Verkaufszyklen für komplexe Produkte um 25 %.
- ➔ **Geringere Churn-Rates:** Ein strukturiertes Kundenerlebnis und gut ausgebildetes Kundendienst-Personal verringern Churn-Rates um 20 %.
- ➔ **Höhere Win Rates:** Playbook-based Selling gibt Verkäufern die besten Verkaufstechniken und -Argumente sowie fundierte Produktkenntnisse an die Hand, was die Win Rates um 30 % erhöht.
- ➔ **Up- und Cross-Selling:** Mit Playbooks können Verkäufer verschiedene Produkte an ihren bestehenden Kundenstamm verkaufen und ihren Cross-Selling-Umsatz um 20 % erhöhen.

Als Linkando nutzen wir unsere eigene Technologie jeden Tag. Von Anfang an haben Linkando Playbooks unsere Win-Rate um 50 % erhöht und unseren Verkaufszyklus von 9 Monaten auf 4 Monate verkürzt. Unsere Lösung revolutioniert die Art und Weise, wie Sales-Enablement-Leader Best-Practices erfassen und ihrem gesamten Team mit einem Mausklick zur Verfügung stellen.

Volker Wiora, Gründer & Geschäftsführer von Linkando

Kontakt

Linkando ist Deutschlands führender Anbieter von KI-gestützter digitaler Playbook-Technologie. Zu unseren Kunden und Partnern zählen multinationale Konzerne wie die Deutsche Telekom, Zoom und SAP ebenso wie kleine und mittelständische Unternehmen.

Wenn Sie sich fragen, ob Linkando Playbooks den Verkaufserfolg Ihres Unternehmens steigern können, kontaktieren Sie uns unter info@linkando.com oder <https://linkando.com/kontakt/>.

Informationen zum Autor



Volker Wiora
Geschäftsführer & Gründer
Linkando GmbH

Ostbahnstr. 17
76829 Landau
Germany

www.linkando.com
Email: vwiora@linkando.com

Rechtlicher Hinweis

Diese Präsentation wurde von der Linkando GmbH (das "Unternehmen") erstellt und stellt allgemeine Hintergrundinformationen über die Aktivitäten des Unternehmens zum Zeitpunkt dieser Präsentation dar. Die Informationen in dieser Präsentation werden nur in zusammengefasster Form dargestellt und erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Diese Präsentation enthält nicht alle Informationen, die für Investoren oder Kunden oder sonstige Nutzer oder Interessenten von Bedeutung sind oder sein können, und sollte nicht als Beratung oder Empfehlung irgendeiner Art in Bezug auf die Nutzung von Linkando Playbooks verstanden werden. Durch die Teilnahme an der Präsentation oder das Lesen der Präsentationsfolien erklären Sie sich mit den folgenden Bedingungen einverstanden: Diese Präsentation wurde Ihnen ausschließlich zu Informationszwecken zur Verfügung gestellt. Diese Präsentation kann nach Ermessen des Unternehmens geändert und ergänzt werden, sie darf nicht als Grundlage für den Abschluss von Transaktionen jedweder Art herangezogen werden und darf weder als Angebot oder Aufforderung zum Kauf oder anderweitigem Erwerb von Linkando-Produkten verstanden werden. Der Inhalt dieser Präsentation ist nicht als Rechts-, Steuer-, Anlage- oder sonstige Beratung zu verstehen. Die Weitergabe dieser Präsentation kann gesetzlichen Beschränkungen unterliegen; sie ist nicht zur Weitergabe an oder zur Verwendung durch Personen in Ländern bestimmt, in denen eine solche Weitergabe oder Verwendung gegen lokale Gesetze oder Vorschriften verstoßen würde. Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder Errungenschaften können sich erheblich von solchen zukunftsgerichteten Aussagen unterscheiden. Solche zukunftsgerichteten Aussagen beruhen auf zahlreichen Annahmen in Bezug auf die gegenwärtige und künftige Politik und die Pläne des Unternehmens sowie das Umfeld, in dem das Unternehmen in Zukunft tätig sein wird, und auf die zukunftsgerichteten Aussagen in dieser Präsentation sollte kein Verlass sein. Die Informationen in dieser Präsentation wurden nicht von unabhängiger Seite überprüft. Die Informationen in dieser Präsentation (einschließlich Marktdaten und statistischer Informationen) stammen aus verschiedenen Quellen (einschließlich Drittquellen), und das Unternehmen übernimmt keine Garantie für die Richtigkeit oder Vollständigkeit dieser Informationen. Alle Projektionen, Bewertungen und statistischen Analysen werden nur zu Informationszwecken zur Verfügung gestellt. Alle Finanzdaten in dieser Präsentation werden ausschließlich zu Informationszwecken und als Hintergrundinformationen für das Unternehmen zur Verfügung gestellt und dürfen nicht als Grundlage für den Abschluss von Transaktionen jeglicher Art herangezogen werden. Weder das Unternehmen noch seine Berater, die mit ihm verbundenen Personen oder sonstige Personen übernehmen eine Haftung für Verluste, die sich direkt oder indirekt aus dieser Präsentation oder ihrem Inhalt ergeben.