

Sales Info Tool

SCHAFFUNG EINER VERTRIEBSINFORMATIONSPLATTFORM

MARC KREIDLER

31.05.2019

Sales Information Tool

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	2
2. Ziel der Projektarbeit.....	2
3. Anforderungs-Analyse	2
4. Soll-/Ist-Analyse	4
5. Lösungsalternativen	4
6. Bewertung der Lösungsalternativen	4
7. Entscheidung.....	5
8. Umsetzung/Roll-Out.....	5
9. Zusammenfassung.....	6

1. Einleitung

Neue digitale Produkte, Innovationen, Funktionsintegration, kürzere Produktlebenszyklen, Variantenvielfalt, steigende Erwartungshaltung der Kunden und die globale Verfügbarkeit von Produkten und Dienstleistungen stellen die Vertriebsmannschaft eines global agierenden Maschinenbauers immer mehr vor Herausforderungen. Viele Informationen zu unseren Produkten, Dienstleistungen und Technologien sind auf vielen unterschiedlichen Systemen verteilt und nur schwer für die Verkaufsberater mobil verfügbar. Eine Single-Source-of-Truth ist nicht als System vorhanden, sondern häufig von der telefonischen oder persönlichen Erreichbarkeit einzelner Personen abhängig. In der globalisierten Arbeitswelt mit unterschiedlichen Zeitzonen ist dieser Zustand nicht länger zukunftsfähig. Deshalb, und um die Vertriebskollegen fit für die neuen digitalen Produkte und Dienstleistungen zu machen, wurde dieses Projekt ins Leben gerufen.

2. Ziel der Projektarbeit

Ziel des Projektes ist die Zusammenführung der Informationen aus unterschiedlichsten Quellen an einer Stelle (App/Mobile Intranet), um die kundennahen Mitarbeiter zu befähigen beim Kunden vor Ort stets die aktuellsten technischen Informationen sowie Vertriebs- oder Marketingmaterial verfügbar zu haben. Dadurch kann eine optimale Beratungsqualität sichergestellt werden.

Es wird viel Wert auf eine optimale User Experience der Anwendung gelegt, da eine Anwendung mit schlechtem User Interface von den Anwendern nicht akzeptiert wird. Eine schlechte User Experience sorgt für unnötige Widerstände. Um eine optimale User Experience zu gewährleisten, wird bei der Anforderungsanalyse von Beginn an ein großer Kreis von Endanwendern mit einbezogen.

Eine weitere Anforderung ist die Aktualität der Informationen in diesem System. In einer VUCA¹-Welt muss gewährleistet sein, dass tagesaktuelle Informationen einfach in das Sales Info Tool eingepflegt werden können, um die Mitarbeiter weltweit stets auf dem Laufenden zu halten.

Das oberste Ziel ist, dass durch ein besseres Produktverständnis der kundennahen Mitarbeiter die Produkte effizienter verkauft werden.

3. Anforderungs-Analyse

Zur Anforderungs-Analyse wurden zunächst mittels Brainstorming im vierköpfigen Projektteam die Informationsquellen gesammelt:

- Customer Benefits
- Sales News
- Verkaufs-Prospekte
- Präsentationen
- Produkt-Konfigurator
- Preislisten

¹ VUCA = Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity

- Verkaufseinheiten
- Maschinentypen
- Digitalisierungsprodukte
- Knowledge Center
- Messdatenbank
- E-Learning (Verlinkungen)

Da sich das Projektteam zwar aus Mitarbeitern des Vertriebs zusammensetzt, diese aber auf Grund ihrer Tätigkeiten (xxx, xxx, xxx, xxx) nicht über ausreichende Erfahrung im Außendienst verfügen, war klar, dass diese Liste nicht vollständig sein wird. Diese Liste diente nur als Basis, um die richtigen Anforderungen durch eine Befragung der kundennahen Mitarbeiter im Außendienst und in den weltweiten Niederlassungen zu ermitteln. Des Weiteren wurden neben den Multiple-Choice-Antworten immer auch noch offene Fragen gestellt, wie z.B. Welche anderen Tools verwenden Sie?

Folgende Fragen wurden gestellt:

- Wie informieren Sie sich aktuell über Produkte und Neuerungen?
- Welche anderen Tools verwenden Sie?
- Wie häufig bekommen Sie über die oben genannten Informationsquellen eine benötigte Antwort?
- Wie lange benötigen Sie im Schnitt jede Woche zum Suchen von unternehmensspezifischen Informationen? (ca. in Stunden)
- Glauben Sie, dass Sie beim Wissenstransfer gut genug unterstützt werden und sind diese Infos ausreichend?
- Welches Endgerät benutzen Sie, um relevante Informationen zu finden?
- Wie lange arbeiten Sie bereits für die Firma?
- Für welche Region sind Sie zuständig?
- Wie wichtig ist die Offline-Verfügbarkeit einer solchen Anwendung?
- Was benötigen Sie, damit die Informationssuche verbessert wird?
- Glauben Sie ein Sales Information Tool wäre von Nutzen?
- Wie stellen Sie sich den modernen Transport von Wissen für das Verkaufsteam vor?
- Welche internen Infos wären noch sinnvoll? / Welche internen Infos vermissen Sie momentan?
- Welche speziellen Informationen innerhalb einer App würden Sie am hilfreichsten finden?
- Wettbewerbervergleich mit eigenen Produkten
- Kundennutzen Übersicht
- Sales News
- Verkaufsbroschüren
- Präsentationen
- Preislisten
- Übersicht Verkaufseinheiten
- Erklärung der digitalen Produktpalette
- Knowledge Center

- Messdatenbank
- E-Learning
- Interner Veranstaltungskalender
- Latest News
- Wettbewerb Newsletter
- Andere (Bitte beschreiben)

Die Umfrage wird am 03.06.2019 abgeschlossen sein und dann erfolgt die Auswertung und weitere Anforderungsdefinition.

Geplant sind weiterhin Interviews mit einzelnen ausgewählten Usern, um die Bedarfe möglichst vollständig zu ermitteln. Nachdem die Anforderungen von den Informationskonsumenten z.B. in Form von User Stories erfasst wurden, werden auch die Informationslieferanten wie z.B. Marketing, technische Doku und Entwicklung nach ihren Anforderungen befragt.

4. Soll-/Ist-Analyse

Im Moment basiert viel im Wissensmanagement auf persönlicher Erfahrung, vielen unterschiedlichen Tools und Wissensquellen. Deshalb haben es neue Mitarbeiter, die noch nicht so gut intern vernetzt sind, auch teilweise schwer an Informationen zu gelangen. Darauf zielen auch die Fragen ab, wie lange jemand schon bei der Firma arbeitet und wo die Kollegen arbeiten. Das Projektteam hat die Hypothese aufgestellt, dass z.B. die räumliche Nähe, Sprachbarrieren und Firmenzugehörigkeit auf die Informationsbeschaffung einen großen Einfluss haben. Auch das Alter der Befragten könnte einen Einfluss auf die bevorzugte Art der Informationsbeschaffung haben. Die Frage nach dem Alter wurde jedoch aus Datenschutzgründen und zur Wahrung der Anonymität weggelassen.

5. Lösungsalternativen

Um sich über Lösungsalternativen zu informieren, fanden Termine mit befreundeten Unternehmen statt, bei denen wir uns über deren Lösungen für das Wissensmanagement im Vertrieb informierten. Aus Gründen der Vertraulichkeit werden die Firmen und deren Lösungen hier nicht genannt, sondern nur kategorisch beschrieben. Folgende Lösungsmöglichkeiten stehen im Moment im Raum:

- Social Intranet, basierend auf den Microsoft-Produkten Sharepoint und Yammer
- Social Intranet, basierend auf der IBM Connections Plattform
- Eigenentwicklung: webbasierte Lösung und Crossplattform-App basierend auf Technologien wie Angular, MSSQL, Xamarin
- USU Knowledge Center
- Off-the-shelf Content Sharing Lösungen

6. Bewertung der Lösungsalternativen

Da die Anforderungsanalyse noch nicht abgeschlossen ist, sind diese Lösungsalternativen nur als ersten Anhaltspunkt zu sehen. Die Auswahl der Lösungsalternative benötigt noch weitere Recherche,

die jedoch erst nach Ablauf der Anforderungsanalyse Sinn macht. Die genannten Lösungsalternativen spiegeln die Lösungen der befragten Unternehmen wieder, ergänzt um Lösungen die teilweise bei uns im Hause schon in Bereichen in Verwendung sind. Anhaltspunkte für die weitere Recherche können Informationen aus dem VDMA-Leitfaden „Enterprise 2.0“ und dem von Bowery Capital veröffentlichtem „The Startup Sales Stack Report 2017“ liefern.

7. Entscheidung

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts konnte noch keine Entscheidung für ein System getroffen werden.

8. Umsetzung/Roll-Out

Für die Umsetzung wird ein agiles Projektmanagement mit Methoden des Design Thinking und Scrum angestrebt. Da sich dieses Thema als sehr volatil darstellt ist ein agiles Vorgehen hier sinnvoll. Als Hilfsmittel wird eine webbasierte Taskmanagement-Software verwendet.

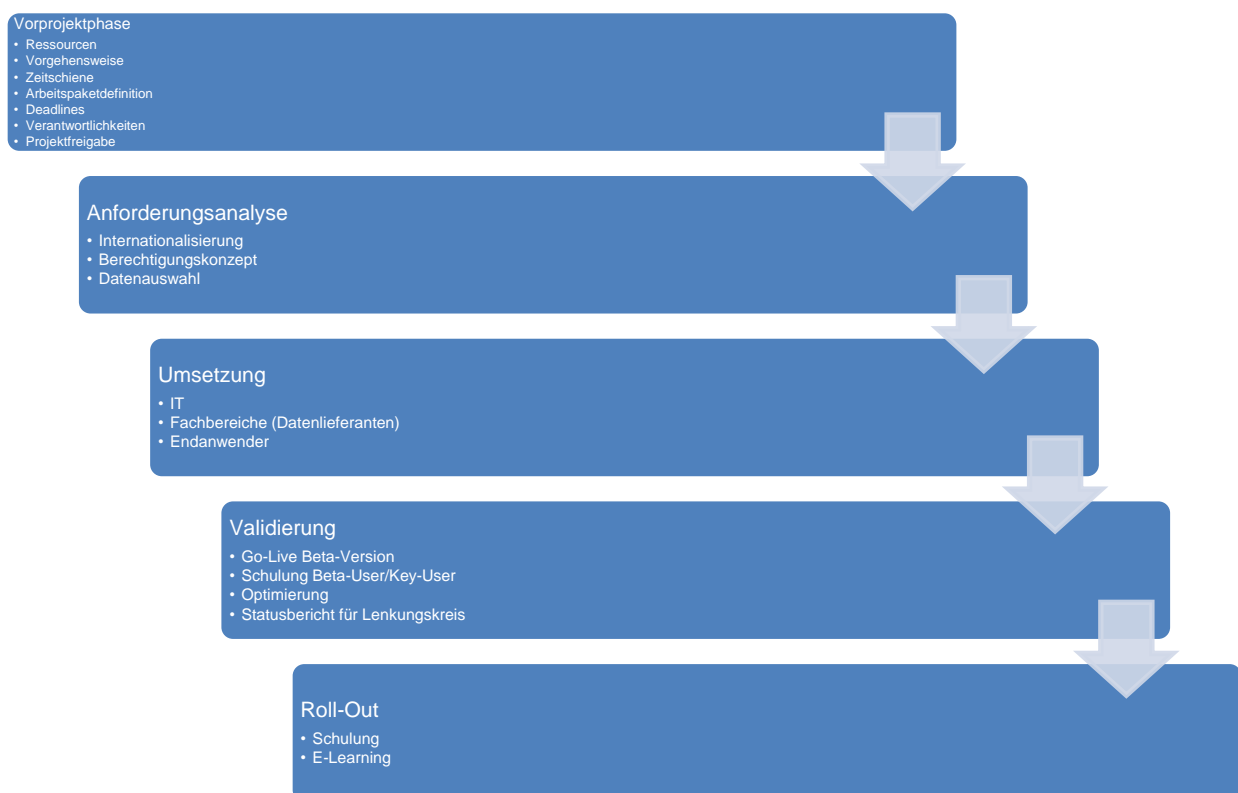


Abbildung: Projektplan

(statt dem angestrebten agilen Vorgehen wurde ein Wasserfallvorgehen vorgegeben)

Beim Roll-Out wird, wie bei Projektstart, viel Wert auf das Change-Management gelegt, das heißt die Einbeziehung der Kollegen erfolgt von Beginn an. Um die Akzeptanz weiter zu steigern, wird ein zweistufiges Key-User-Konzept verwendet um das Wissen über das Sales Information Tool im Unternehmen zu verbreiten und für eine gute Akzeptanz zu sorgen. Im ersten Schritt wird eine Beta-User-Gruppe für das Tool geschult und darf das Tool in der täglichen Arbeit anwenden und Feedback

liefern. Außerdem soll die neue E-Learning-Plattform für die Verbreitung von Video-Tutorials zur Anwendung des neuen Tools verwendet werden.

9. Zusammenfassung

Durch die Befragung der befreundeten Unternehmen wurde schnell klar, dass der Umfang dieses Projekts von den Projektauftraggebern unterschätzt wurde. Um das Projekt so durchzuführen, dass das Resultat auch von den Usern angenommen wird, sind wesentlich mehr Ressourcen notwendig. Eines der interviewten Unternehmen erwähnte, dass im ersten Schritt auf die Einbindung von Alt-Systemen oder einer Migration der Daten verzichtet wurde, da dies die Komplexität extrem erhöhen würde. Da bei uns dies aber der wichtigste Teil der Aufgabe ist, kann davon ausgegangen werden, dass bei uns der Aufwand noch höher ist als bei dem befragten Unternehmen.