



# Sales Support

Wir revolutionieren Ihren Vertrieb.



# KOMPETENT BERATEN

**Wir unterstützen seit mehr als 20 Jahren  
Unternehmen im Vertrieb.**

Ursprünglich aus dem SAP-Beratung kommend,  
haben wir unsere Kompetenz auch auf andere  
erklärungsbedürftige Themen ausgeweitet.

Zu unseren Kunden gehören Unternehmen  
aus den Bereichen:

**AUTOMOTIVE | HEALTH CARE | IT | KLASSISCHE UNTERNEHMENSBERATUNG (PROZESSOPTIMIERUNG) |**

**MASCHINEN- UND ANLAGENBAU | ROBOTIK | UVM.**



# Aktuelle Vertriebsszenarien

## Kundenabwanderung

Churn-Rate Steigerung von 5% (2021) auf 12% (2024)  
Ein Bestandskunde unseres Kunden (Name darf nicht veröffentlicht werden)  
Kündigte 2024, nachdem ihm ein Mitbewerber eine günstigere  
Cloud-Lösung mit KI-Updates in Echtzeit anbot.

## Stagnierende Neukundengewinnung

2024: Nur 3 Neukunden vs. 15 Neukunden im Jahr 2021.  
Grund: Wettbewerber nutzen aggressive Digitalkampagnen  
(z.B. KI-Chatbots für Leadgenerierung) während unser Kunde  
auf klassischen Vertrieb (Messen, Cold Calls, etc.) setzte

## Probleme im Vertriebsteam

Account Manager im „Wartungsmodus“  
Fokus auf reaktive Supportanfragen (z.B. Störungsbehebung)  
Keine proaktive Beratung.  
Beispiel: Ein Account Manager verschickte 2024 nur Standard-  
Newsletter, ohne individuelle KPI-Analysen anzubieten.

# Aktuelle Vertriebsszenarien

Fehlende  
Weiterbildung

Das Team kennt die neuen Wettbewerbsfeatures nicht  
(z.B. generative KI für autonome Prozessoptimierung)  
Zitat eines Kunden: „XXXXX wirkt wie ein Technikmuseum  
- die Lösungen sind stabil, aber veraltet.



# Unser Kunde

Branche: Technologie & Industrieautomation

Spezialisierung: KI-gestützte Automationslösungen für die Fertigungsindustrie

Vision: Industrielle Prozesse durch Innovation effizienter, nachhaltiger und zukunftssicher gestalten.





## **Strategische Fehler der Führung Ignoranz gegenüber Markttrends:**

- Kunden fordern: Modularität, SaaS-Modelle (Pay per User) Nachhaltigkeitsanalysen.
- Unser Kunde bietet: Starre Lizenzverträge, On-Primise-Lösungen ohne Tracking
- Fehlende Differenzierung:  
Wettbewerber positionieren sich als Innovationspartner, unser Kunde als Lösungsanbieter. Zitat eines Kunden: „Bei XXXYY gibt es keine Überraschungen – weder gute noch schlechte.“



## Analyse: Warum versagt das Vertriebsmodell?

### Ursache:

Komfortzone der Accountmanager

Technologische Lethargie

Fehlende Kundenentwicklung

Silodenken

### Konsequenz:

Keine Incentives für  
Upselling/Innovation  
Kunden stagnieren in der Nutzung

Lösungen verlieren an Relevanz (Z.B.  
keine Integration von GenAI)

Bestandskunden werden "verwaltet"  
nicht weiterentwickelt.

Vertrieb kommuniziert nicht mit



### **Und wie sieht das zahlentechnisch aus?**

- Umsatzrückgang: 18% seit 2022.
- Kundenzufriedenheit (NPS): Gefallen von 68 (2021) auf 34 (2024)
- Mitarbeiterfluktuation: 2 von 5 Account Manager kündigten 2023 aus „Frustration über Stillstand“

### **Unser Kunde steckt also in der Commodity-Falle:**

- Die ehemaligen USPs (maßgeschneiderte On-Premise-Lösungen) sind zum Standard geworden.
- Wettbewerber überholen durch Agilität, Technologie und kundenzentrierte Pricing-Modelle.
- Das Vertriebs-Team agiert wie ein „Lösungsverwalter“ statt als „Zukunftsgestalter“





# Kundenbeziehungen neu definieren: Von „Verwalten“ zu „Co-Creation“

## Maßnahme:

Einführung eines Customer Success Management (CSM)- Teams, das eng mit den Account Managern zusammenarbeitet.

## Aufgabe:

Proaktive Identifikation von Upselling-/Crossselling-Potenzialen und Risikokund

## Tool:

KI-basiertes Churn-Prädiktionstool (z.B. HubSpot, Pipedrive, Salesforce zur Früherkennung von Abwanderungssignalen.

## Beispiel:

Aktion bei Risikokunden: Individuelle Workshops (Innovation Labs) um neue Use Cases mit individuellen Kundenlösungen zu entwickeln.  
Ziel: Kunden als Entwicklungspartner binden, nicht nur als Abnehmer.

# Technologie-Upgrade: SaaS & KI-Integration

## Maßnahme:

Umstellung von On-Premise-Lizenzen auf modulare SaaS-Modelle.

## Argumentation:

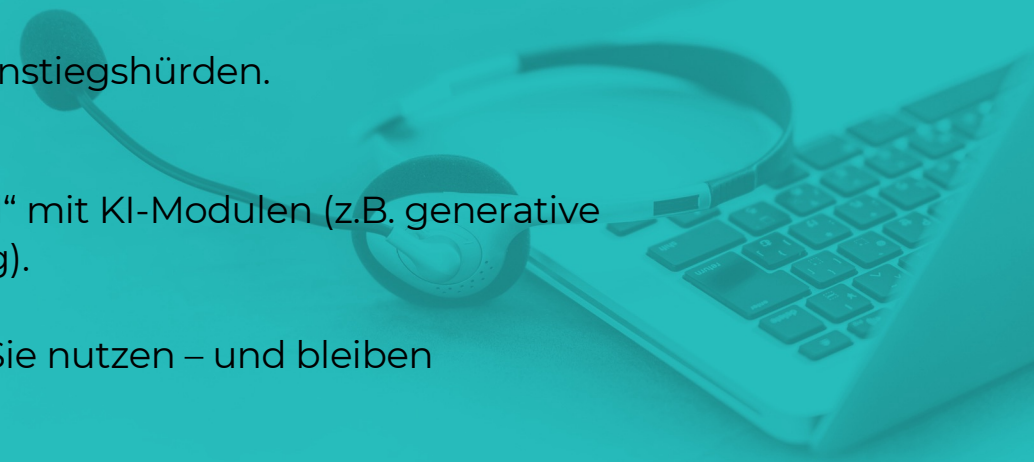
Flexibilität für Kunden, niedrigere Einstiegshürden.

## Beispiel:

Neues Produkt: „SmartFactory Cloud“ mit KI-Modulen (z.B. generative KI für autonome Prozessoptimierung).

## Vertriebsargument:

„Sie zahlen nur für die Features, die Sie nutzen – und bleiben technologisch immer up-to-date.“



## Vertriebsteam neu aufstellen: Skills & Incentives

### Maßnahme 1:

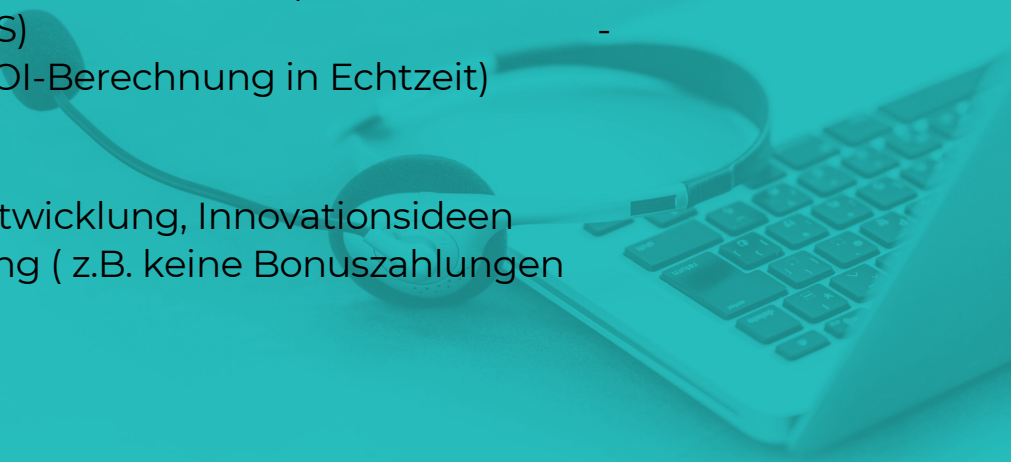
Agiles Vertriebstraining mit Fokus auf:

- Consultative Selling (Lösung statt Produkt verkaufen)
- Technologie- Know-how (KI, IoT, SaaS)
- Datengetriebene Verhandlungen (ROI-Berechnung in Echtzeit)

### Maßnahme 2:

Leistungsanreize umgestalten:

- Belohnung für: Upselling, Kundenentwicklung, Innovationsideen
- Strafen für: Passive Kundenverwaltung ( z.B. keine Bonuszahlungen bei stagnierenden Accounts).



# Proaktive Neukundengewinnung: Digital First



## Maßnahme 1:

### **KI-gestützte Leadgenerierung mit Tools wie:**

- LinkedIn Sales Navigator+, Outreach-Automatisierung für gezielte Ansprache von Industrieentscheidern.
- Chatbots auf der Website, die Use-Cases analysieren und Demo-Termine vereinbaren.

## Maßnahme 2:

### **Kostenlose Quick-Win-Analysen für Neukunden:**

- Beispiel: "Senden Sie uns ihre Produktionsdaten– wir zeigen Ihnen in 48 Stunden, wo sie mit KI 15% energiekosten einsparen."

## Maßnahme 3:

Partnerschaften mit Branchenplattformen (z.B. VDMA, Industriebänder), um Leads zu generieren

„Sie zahlen nur für die Features, die Sie nutzen – und bleiben technologisch immer up-to-date.“

# Skalierbare Kundenkommunikation

## Maßnahme 1:

### Hyperpersonalisierte Inhalte:

- Nutzung von KI-Tools (z.B. HubSpot) für individuelle Videonachrichten, Case Studies und ROI-Berichte.

## Maßnahme 2:

### Digitale Kunden-Communities:

- Plattform für Bestandskunden zum Austausch ( z.B. Microsoft Teams oder eigene App.
- Beispiel: "Senden Sie - 48 Stunden, wo sie mit
- Inhalten: Webinare mit Branchenexperten, Q&A-Sessions "

## Beispielaktion:

„XXXY – Innovation Challenge“ Kunden reichen Ideen für neue Features ein, die Community stimmt ab. Der Gewinner erhält ein Umsatzbeteiligungsmodell.



## Kritische Erfolgsfaktoren

### Speed:

Schnelle Umsetzung der ersten Maßnahmen (z.B. SaaS-Modell innerhalb von 3 Monaten).

### Kulturwandel:

Führungsebene muss „Agilität“ vorleben ( z.B. wöchentliche Vertriebs-Updates mit CEO):  
- Beispiel:.

### Datenbasis:

Investition in ein einheitliches CRM-System (z.B. Salesforce oder HubSpot), das Vertrieb, CSM und Marketing verbindet.

## Erwartbare Ergebnisse (12-24 Monate)

### Reduktion :

Reduktion der Churn-Rate von 22% auf unter 10%

### Steigerung:

Steigerung der Neukundengewinnung um 40% durch digitale Kampagnen.

### Upselling-Quote:

Upselling Quote von 15% auf 35% durch proaktive Kundenentwicklung

### Ziel:

Unser Kunde wird vom „Technologieanbieter“ zum „unverzichtbaren Innovationspartner“ mit Kunden, die nicht mehr wechseln, weil sie „zu viel verlieren würden“

# Kundenfeedback als Innovationsmotor

## Maßnahme:

### Einführung eines Closed-Loop-Feedback-Systems:

- Kunden geben monatlich Feedback via App (z.B. kurze Umfragen zu Pain Points)
- R&D und Vertrieb priorisieren daraus Produkt-Updates
- Kunden erhalten VIP-Zugang zu Beta-Versionen neuer Features.

**Kundenwunsch:** „Wir brauchen eine Schnittstelle zu SAP S/4HANA.“

**Reaktion unseres Kunden:** „Entwicklung innerhalb von 8 Wochen + kostenlose Bereitstellung für alle Bestandskunden.“

# Differenzierung durch Nachhaltigkeit & Transparenz

## Maßnahme:

Positionierung als “Green Tech Partner“ mit:

- Zertifizierter CO2-Einsparungsberechnung für jede Lösung
- Transparentem Benchmarking: Kunden sehen in Echtzeit, wie sie im Vergleich zu Branchenwettbewerbern abschneiden.
- Beispielkampagne: Titel „Reduzieren Sie Ihren CO2-Fußabdruck um 25 % - oder wir zahlen die Differenz.“ (Hintergrund: unser Kunde garantiert Einsparungen oder erstattet einen Teil der Lizenzkosten)

# KONTAKT

➤ **Michael Demmrich**

Geschäftsführer der DSC München

Klenzestraße 55 | 80469 München

[m.demmrich@demand-muenchen.de](mailto:m.demmrich@demand-muenchen.de)

**+49 160 90 23 28 60**





**VIELEN DANK**

© 2023