

# Vertrieb und Kommunikation

## Bitkom Research Studie

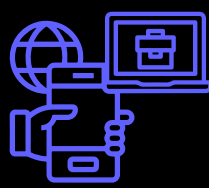
Digitale Wertschöpfungskette und Geschäftsmodelle der deutschen Industrie

Die Digitale Transformation hilft, die Erfolgsquote im Vertrieb zu erhöhen, Engpässe im Angebotsprozess zu entschärfen, konsistente Angebote zu erstellen und den Kunden bereits in einer frühen Phase einzubinden. **Die aktuell wichtigsten Trends<sup>1</sup> sind:**



### Digitale Kundenanbindung:

**96%** haben bereits entsprechende Möglichkeiten eingeführt.



### Flexibles und mobiles Arbeiten:

**91%** bieten Mitarbeitenden die Möglichkeit dazu an.



### Erschließung neuer Kundengruppen:

**91%** bieten Mitarbeitenden die Möglichkeit dazu an.



### Digitale Anwendungen:

**49%** setzen digitale Tools wie etwa Angebotssoftwares ein.

## Technologien & Softwares

Im Bereich Technologie und Softwares sind für diese Wertschöpfungsstufe am meisten eingesetzt<sup>2</sup>:

### Cloud Computing:

Mit **62%** nutzen Vertriebsteams diese Technologie, um damit Daten effektiv mit ihren Kunden auszutauschen.



### Automatisierung, Big Data Analytics und Internet of Things:

**36%** nutzen Automatisierung, **32%** Big Data Analytics und **26%** Internet of Things, um vor allem den Engineering-Bereich von vertrieblichen Tätigkeiten zu entlasten.



### Virtual Augmented Reality:

Nur **10%** der Vertriebs- und Kommunikationsteams setzen die Möglichkeit der virtuellen Produktpräsentation ein. Vorreiter sind Unternehmen ab 500 Mitarbeitenden mit **17%**.



## Herausforderungen<sup>3</sup>

Die größte Hürde der digitalen Transformation sind insbesondere die rechtliche Verwendbarkeit von Daten in der Kundenkommunikation: **74 Prozent** nennen die Anforderungen an den Datenschutz als größte Herausforderung, gefolgt von der Komplexität des Themas **69%** und Anforderungen an die IT-Sicherheit **60%**.

## Fazit und Handlungsbedarf

Digitale Ansätze für einen kundenorientierten Vertrieb sind bereits weit fortgeschritten.

Möglichkeiten der regelbasierten Konstruktion versetzen Unternehmen beispielsweise in die Lage, schon in frühen Angebotsphasen kundenindividuelle Lösungen mit geringem Aufwand zu erstellen und anzubieten.

Die Einbindung von hochwertigen Visualisierungen und Animationen steigert zudem das Vertrauen der Kunden in die Angebotskonzepte und somit die Auftragsquote.

Ungeklärte Fragestellungen beim Datenschutz sowie der Fachkräftemangel verhindern aktuell aber eine stärkere Verbreitung dieser Methodik.

### Quellen

**1 Frage:** „Welche Maßnahmen ergreift Ihr Unternehmen bereits, um Prozesse der digitalen Transformation im Bereich Vertrieb und Kundenkommunikation umzusetzen?“; Basis: Industrieunternehmen, die im Vertrieb und Kundenkommunikation mind. eine Herausforderung sehen, reduzierte Basis (n=239) | Quelle: Bitkom Research 2022 \*\*

**2 Frage:** „Nun soll es um die Digitalisierungsprozesse in Ihrem Unternehmen in unterschiedlichen Stufen des Wertschöpfungsprozesses gehen. Wir werden 4 Stufen betrachten: 1. Vertrieb und Kundenkommunikation, 2. Konstruktion und Entwicklung, 3. Fertigung und Logistik und 4. Installation und Service. Zunächst geht es um den Einsatz von Plattformen und digitalen Technologien in den Wertschöpfungsstufen.“

Bitte geben Sie an, ob Sie die folgenden Plattformen oder digitalen Technologien bzw. Anwendungen in den Unternehmensbereichen nutzen. \*

\*Basis: Industrieunternehmen in Deutschland ab 20 Beschäftigten (n=502) | Quelle: Bitkom Research 2022

**3 Frage:** „Welche Herausforderungen bei der Digitalisierung bestehen in Ihrem Unternehmen im Vertrieb und der Kundenkommunikation?“ \*\*

\*\* Basis: Industrieunternehmen, die im Vertrieb und Kundenkommunikation mind. eine Herausforderung sehen, reduzierte Basis (n=239) | Quelle: Bitkom Research 2022