

HEILIGER GRAL

MIT AGILER UNTERNEHMENSPLANUNG ZUM DIGITALEN VERTRIEB

HEILIGER GRAL

Mit agiler Unternehmensplanung zum digitalen Vertrieb


Reportings sind ein leidiges Thema. Doch auch wenn sie viel Arbeit verursachen, sind sie letztlich ein unverzichtbarer Bestandteil der Entscheidungs- und Handlungsgrundlage von Unternehmen und Organisationen. Sie ermöglichen wichtige Analysen und sind die Basis für richtungsweisende Aktivitäten und somit auch für das Unternehmenswachstum. Aber niemand hat die Zeit, sich damit zu beschäftigen. Und noch weniger die Lust. Dennoch gehören Reportings und selbstverständlich auch Planungen zum Daily Business. Insbesondere der Vertriebsleiter steht in der Pflicht, die Geschäftsführung regelmäßig über die aktuellen Planungen und Verkaufszahlen zu informieren, denn die Kennzahlen aus dem Vertrieb sind maßgeblich dafür verantwortlich, wie ein Unternehmen wirtschaftet – was es sich leisten kann. Valide Sales-Reportings sind also mehr als ein leidiges „Nice-to-Have“.

Diese Notwendigkeit steht im Widerspruch zu dem, was Sales auf der Prioritätenliste hat – nämlich den Verkauf von Produkten und die Realisation von bestmöglichem Umsatz. Folglich liegt das Interesse vieler Vertriebsmitarbeiter nicht auf administrativen Tätigkeiten, sondern im Verkauf, zumal Sales-Spezialisten in der Regel für ihre Umsätze auch noch auf Provisionsbasis bezahlt werden. Die Tatsache, dass – wie Studien zeigen – auf monatliche Reportings bis zu 30 Prozent der Arbeitszeit aufgewendet werden, ist also kontraproduktiv. Warum aber ist das so und was lässt sich dagegen tun?



Vielfach liegt es daran, dass der Automatisierungsgrad der Tools, die für die Erstellung von Reports zum Einsatz kommen, nicht ausreichend ist. Hier können moderne Lösungen für eine agile Unternehmensplanung helfen. Sie vereinfachen nicht nur die Dokumentation der Ergebnisse, sondern sorgen auch für mehr Flexibilität in der Planung. Wie wichtig ein Maximum an Agilität ist, haben die pandemiebedingten, kurzfristigen Einschränkungen in der Wirtschaft auf eindrückliche Art und Weise offengelegt. Gerade weil es nur schwer möglich war, sich spontan zu Fragestellungen auszutauschen, wurde die Anfälligkeit manueller Prozesse erkennbar – der Ruf nach Automatisierung und Digitalisierung lauter.

Doch unabhängig von dieser konkreten und nach wie vor aktuellen Herausforderung gibt es zahlreiche Gründe, seinen Vertrieb lieber früher als später zu digitalisieren.



„Mit unserer Lösung geben wir Sales-Mitarbeitern ein Tool an die Hand, das sie bei der Dokumentation ihrer Tätigkeiten nachhaltig unterstützt. QVANTUM sorgt dafür, dass Forecasts leichter aufgesetzt und Reports unkomplizierter gezogen werden können. So lassen sich administrative Aufgaben schneller erledigen und die Vertriebsspezialisten können sich auf ihr eigentliches Business, den Verkauf, konzentrieren.“

Ralph Schall, Success Manager bei QVANTUM

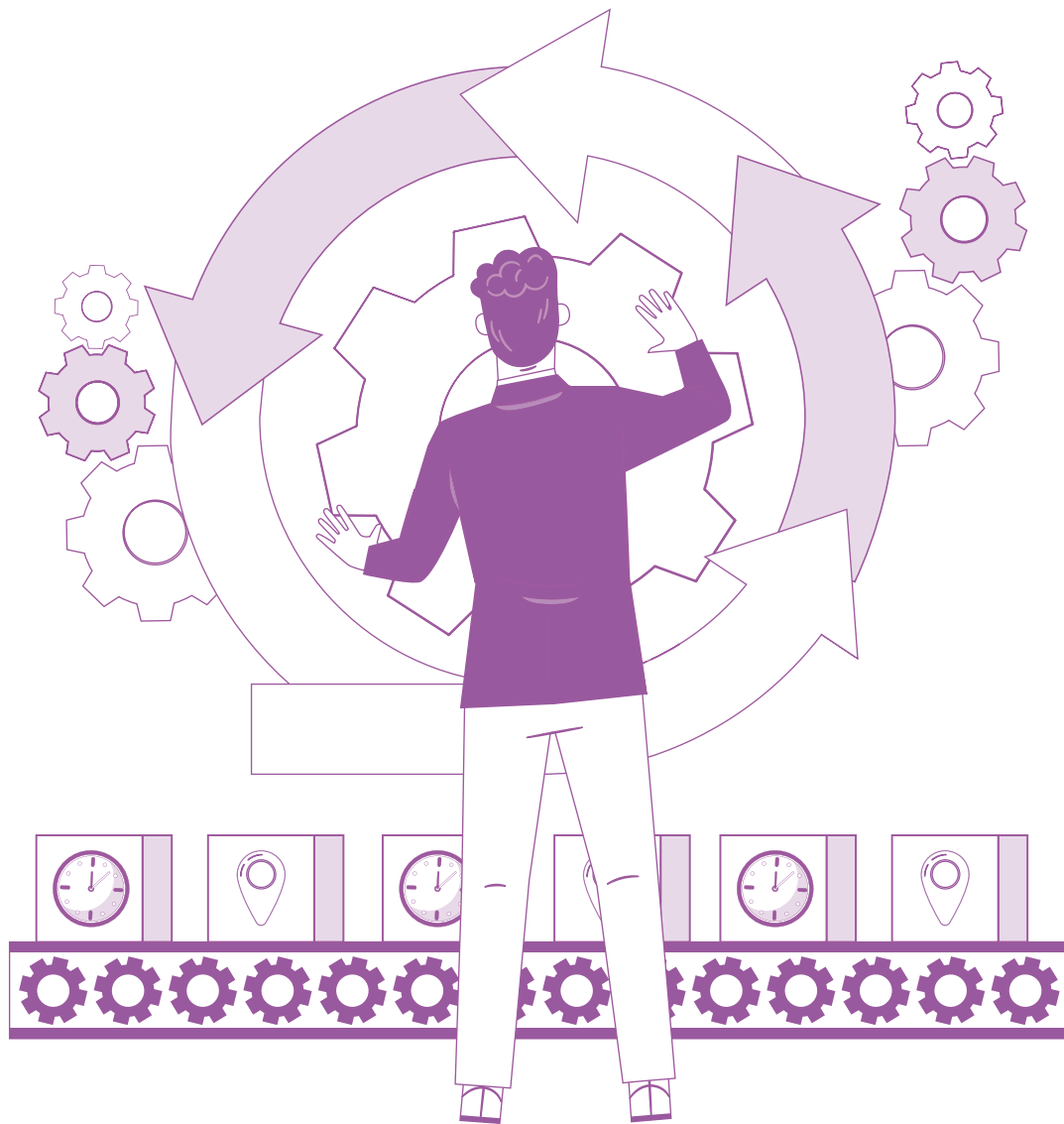


Fünf grundsätzliche Vertriebs-Challenges

In der Außenwirkung eines Unternehmens ist es wichtig, dass Informationen nicht nur korrekt, sondern auch konsistent und nachvollziehbar sind. Da die Vertriebsabteilung einen wesentlichen Anteil an der Wahrnehmung eines Unternehmens in der Öffentlichkeit hat, müssen gerade die Sales-Mitarbeiter immer topaktuell informiert sein. Doch das ist nicht die einzige Herausforderung, mit der sie tagtäglich zu tun haben.

1. Unternehmen müssen wettbewerbsfähig bleiben

Ein in der heutigen Wirtschaft immer wichtiger werdender Erfolgsfaktor ist die Geschwindigkeit, mit der am Markt agiert wird. Folglich muss auch der Vertrieb eines Unternehmens schneller und besser sein als die Konkurrenz.



2. Ineffektive, manuelle Prozesse müssen vermieden werden

Ausgebremst wird dieser Anspruch aber allzu oft durch veraltete Sales-Prozesse, die in großen Teilen auf manuellen Aufgaben und Abstimmungsprozessen basieren. Diese gilt es abzulösen und durch hochintegrierte Plattformen oder Lösungen zu ersetzen. So werden die Vertriebs-Workflows automatisiert, die Effizienz in der Zusammenarbeit verbessert und mehr Agilität möglich.

3. Sales und Operations müssen Hand in Hand arbeiten

Doch nicht nur innerhalb der Vertriebsorganisation müssen Abläufe automatisiert werden. Auch die Abstimmung mit anderen Unternehmensbereichen sollte auf ein neues Level gehoben werden. Es darf nicht sein, dass Sales seinen Kunden Versprechungen macht, die schlussendlich nicht gehalten werden können. Deshalb sollten die Vertriebsmitarbeiter immer wissen, wie es in der Produktion aussieht und ob beispielsweise zugesicherte Liefertermine gehalten werden können. Unterstützung kann auch hier die Implementierung einer zentralen Plattform sowie das Umsetzen wichtiger Kommunikationsprinzipien bieten.

4. Inkonsistenz und Silostrukturen müssen eliminiert werden

Auf das gesamte Unternehmen übertragen bedeutet dieser Ansatz, dass die Einführung eines einheitlichen Planungs- und Reporting-Systems Mauern überwinden und Lücken schließen kann. Erreichen lässt sich dies beispielsweise mit der Plattform zur agilen Unternehmensplanung von QVANTUM. Sie sorgt organisationsübergreifend für zuverlässige Zahlen in Echtzeit und reduziert dadurch Inkonsistenzen.

5. Der Druck durch Stakeholder muss reduziert werden

Die Erwartungshaltung seitens der Geschäftsführung bzw. von Stakeholdern gegenüber dem Vertrieb ist in der Regel sehr hoch. Die einzige Möglichkeit, dies zu entkräften: Man muss die Zahlen für sich sprechen lassen. Wenn der Aufwand, diese KPIs zu ermitteln, aber zu groß ist oder sie keine wirkliche Aussagekraft haben, weil sie zu alt sind, tut sich der Vertrieb schwer. Unternehmen, in denen die Verkäufer individuelle Reports von Echtzeitzahlen ziehen können, sind hier klar im Vorteil.



Excel – nicht verdammen, sondern vorhandenes Wissen veredeln

Wer diesen Herausforderungen begegnen und die agile Unternehmensplanung von QVANTUM einführen möchte, profitiert mehrfach. Haben Excel-Weitwurf, Korrekturen von Plandaten und E-Mail-Pingpong bisher viel Zeit gekostet, wird der Prozess durch QVANTUM schlank, weil die Daten strukturiert in einer sicheren Umgebung erfasst werden. Ein großer Vorteil neben der neu gewonnenen Agilität und Reduktion von Administrationsaufgaben ist sicherlich die Tatsache, dass sich die Plattform im laufenden Betrieb einführen lässt. Hierfür sind weder IT-Ressourcen erforderlich, noch müssen Ausfallzeiten eingeplant werden. Die Implementierung ist „on the fly“ möglich. Warum? Weil QVANTUM viele Ähnlichkeiten zu Excel hat und deshalb vorhandene Daten und Informationen auch problemlos übernommen werden können. Die Nähe zu Excel hilft zudem auch bei der späteren Anwendung, denn Kenntnisse und Fertigkeiten, die sich Sales-Mitarbeiter bei der Erstellung von Planungen, Forecasts oder Reports angeeignet haben, können zu Teilen auch in QVANTUM genutzt werden.

Auf die Darstellung kommt es an

Zahlen und Daten auf dem Bildschirm sind nur dann nützlich, wenn diese leicht und schnell vom Betrachter erfasst und interpretiert werden können. Eine Tabelle mit einem riesigen Haufen an Daten ist dafür denkbar ungünstig. Mehr als hilfreich sind daher die Möglichkeiten einer Dashboard-Darstellung. Sie helfen, Forecasts, Kundeninformationen und Reportings anschaulicher darzustellen. Aufgrund klarer und sofort verständlicher Visualisierung der wichtigsten Daten können Analysen durchgeführt und Prognosen abgeleitet werden. Das hilft sowohl den Vertriebsmitarbeitern für ihre persönliche Planung, sprich was Aufwand, Umsatz und ggf. Provisionen angeht, als auch für die grundsätzliche Unternehmensplanung. Aber auch das Reporting profitiert, weil sich Ergebnisse und KPIs leichter darstellen und interpretieren lassen. Ergo: Obwohl der Aufwand, die Sales-Administration von Excel auf QVANTUM zu migrieren, nur minimal ist, werden Planungs- und Reporting-Tätigkeiten digitalisiert und auf das nächste Level gehoben. Was will man mehr?

„Mit QVANTUM lässt sich ein klassischer Sales-Forecast nicht nur einfacher aufsetzen und kontinuierlich pflegen, der ganze Prozess ist zudem auch schneller und transparenter. QVANTUM hilft, die verschiedenen Planzahlen, sei es aus dem Vertrieb oder anderen Unternehmensbereichen, zu sammeln sowie konsistent und übersichtlich darzustellen.“

Ralph Schall, Success Manager bei QVANTUM

Weniger ist mehr: weniger Verwaltung – mehr Output

Die Einführung der agilen Unternehmensplanung QVANTUM bringt zahlreiche Vorteile mit sich:

- Erleichtert das Erstellen von Forecasts
- Unterstützt die Umsetzung einzelner Vertriebsaktivitäten
- Ermöglicht tagesaktuelle Reportings auf Knopfdruck
- Übernimmt Daten aus Excel
- Macht detaillierte Umsatz-, Ressourcen- und Zeitplanung möglich
- Ermöglicht agile Planungsszenarien
- Bringt neue Insights
- Erleichtert das persönliche Arbeitsmanagement
- Verbessert die Zusammenarbeit innerhalb des Vertriebs und darüber hinaus



Schritt für Schritt hin zu einer agilen Sales-Planung

Die Sales-Planung und das Reporting mit QVANTUM sind überaus einfach – sowohl in der Implementierung wie in der Nutzung. Die Lösung wird in der Cloud betrieben, sodass außer einem Internetzugang sowie einem gängigen Browser keine weiteren Voraussetzungen erforderlich sind. Unkompliziert lassen sich so die mit der Planung und dem Reporting im Kontext stehenden Aufgaben optimieren.

Was ist zu tun, wenn man QVANTUM in einer Sales-Organisation einführen möchte?

1. Onboarding

Zunächst sollte in einem ersten unverbindlichen Gespräch mit einem Spezialisten von QVANTUM abgeklärt werden, ob die Lösung über all die Möglichkeiten verfügt, die erforderlich sind, um die gewünschte agile Sales-Planung zu erstellen. Hier hilft ein Fragenkatalog, der die verschiedenen Aspekte und Szenarien abbildet. Wichtig ist auch, in dieser ersten Phase die individuellen Anforderungen möglichst präzise zu beschreiben und sich deren Umsetzung in QVANTUM zeigen zu lassen. Gemeinsam werden dann Planungs- und Reporting-Szenarien entwickelt, damit bestmöglich abgewogen werden kann, welche Fragestellungen die Software konkret löst.

2. Datenübernahme aus Excel & Co.

Im zweiten Schritt erfolgt die Datenübernahme. In den allermeisten Fällen werden diese aus Excel übernommen. Generell ist es so, dass von einem QVANTUM Sales Engineer dafür ein Modell mit den Stammdaten des Planungsszenarios erstellt wird. Im Bedarfsfall können die Unternehmen ihre Daten aber auch selbst so aufbereiten, dass sie in QVANTUM überführt werden können. Das Wichtigste jedoch ist, dass sämtliche Vorkenntnisse und konkretes Excel-Wissen auch bei der Nutzung von QVANTUM von Vorteil sind. Das hat zur Folge, dass die allermeisten Anwender das Tool auch bei der Datenübernahme bedienen können und keine aufwendige Schulung benötigen.

3. Erstellung eines Prototyps

Dann prüft das QVANTUM Team, wie sich der Sales-Prozess gestaltet und an welchen Stellen er noch mal verfeinert werden müsste. Je nach Bedarf können individuelle Planungsszenarien oder Reporting-Vorlagen ergänzt werden. Schlussendlich wird ein Prototyp entwickelt, der alle wichtigen Planungskomponenten und Reporting-Templates beinhaltet. Dann wird das System live geschaltet und die Arbeit damit kann beginnen.

4. Reinschnuppern und loslegen

Dann können die verschiedenen Planungs- und Anpassungsszenarien mit Leben, sprich Zahlen, gefüllt werden. Schon nach kurzer Zeit werden sich erste Verbesserungen nachvollziehen lassen. Insbesondere wenn es um die Anpassung von Plänen oder die Korrektur von Umsätzen geht, lassen sich die Benefits von QVANTUM schnell ermitteln. Wer möchte, kann bereits in dieser Phase den ROI der Lösung ermitteln. Dann hat man sogar rückblickend gute Argumente gegenüber der Geschäftsführung.

5. Automation

Zum Abschluss, bevor die gesamte Sales-Organisation mit dem neuen Planungsmodell arbeitet, können zusätzliche Features angebunden, weitere Use Cases erstellt und Integrationen zu anderen Anwendungen umgesetzt werden. So ist ein Maximum an Automation möglich, was den Sales-Mitarbeitern Freiraum für andere Tätigkeiten schafft.

Wer einen solchen Weg einschlägt, erzeugt nicht nur einen ultimativen Mehrwert hinsichtlich des Daily Business im Vertrieb. Vielmehr wird damit auch der Grundstein gelegt, um die Sales-Organisation neu auszurichten – und zwar zukunftsorientiert.




Heiliger Gral - digitaler Vertrieb

Landläufig definiert man den digitalen Vertrieb als einen Vertrieb, der digitale Kanäle nutzt, um seine Produkte zu verkaufen. Wer jedoch nicht nur den Verkauf, sondern auch die internen Prozesse digitalisiert – sprich Forecast und Reporting – erfüllt nicht nur das Pflichtprogramm, sondern absolviert gleich die Kür. Viele Unternehmen gehen sogar so weit, diesen gänzlich digitalen Vertrieb als Heiligen Gral zu bezeichnen. Warum, und was ist damit gemeint? Der Legende nach handelt es sich beim Heiligen Gral um ein wundertätiges Gefäß aus dem 12. Jahrhundert, das laut Artus-Sage den Rittern die Erlösung bringen würde. Im übertragenen Sinne bedeutet das: Wem es gelingt, seinen Vertrieb durchgängig digital auszurichten, der wird daraus enorme Vorteile ziehen.

Aber wie soll das gehen? Wer seine Planung und das Reporting digitalisiert, hat bereits die wesentlichen Veränderungen eingeleitet. Denn anders als bei individuellen und manuellen Planungen, die sich nur mit viel Aufwand an geänderte Rahmenbedingungen anpassen lassen, bietet eine Planungssoftware wie QVANTUM nicht nur flexible Anpassungsmöglichkeiten, sondern vor allen ein Maximum an Transparenz. Diese hilft in vielerlei Hinsicht: Zum einen wissen die Sales-Mitarbeiter immer genau und in Echtzeit, wie es um ihre Umsatzsituation im Vergleich zur Planung bestellt ist. Dadurch können sie die eigenen Aktivitäten besser planen und sind auch auskunftsfähiger gegenüber Vertriebsleitung und Geschäftsführung.

Zum anderen sind sie auch in der Lage, ihre Planung im Falle von Veränderungen anzupassen und zu sehen, welche Folgen das nach sich zieht und ggf. welche Unternehmensbereiche betroffen sind. Positiver Nebeneffekt: Die Aussagekraft der Forecasts ist weitaus höher als üblich, was dafür sorgt, dass die darauf basierenden Planungen eine bessere Qualität haben. Durch diese neue Agilität wird auch die Zusammenarbeit des Vertriebs mit anderen Abteilungen auf ein neues Niveau gehoben. Weil der aktuelle und kontinuierliche Austausch zwischen den Abteilungen weniger auf Annahmen als vielmehr auf einer validen Datenbasis beruht, tun sich auch hier alle Beteiligten leichter, Ergebnisse zu erzielen. Hinzu kommt noch etwas Wesentliches: Alles ist nachvollziehbar und kann per Mausklick in Reportings ausgegeben werden – für den Vertrieb, die Geschäftsführung oder andere, von den Sales-Aktivitäten betroffene Abteilungen.

Wer den Vertrieb entlasten und zukunftsfähig aufstellen will, sollte seine Planung besser heute als morgen in QVANTUM vornehmen.



QVANTUM beruht auf dem „Single Source of Truth“-Prinzip. Dieses hat den Vorteil, dass Planungen, Forecasts, Kundenprojekte, Umsätze, Reportings etc. an einer Stelle erfasst und gespeichert werden. So sind nicht nur alle jederzeit top informiert, sondern es ist vor allem viel einfacher möglich, Planungen zu ändern. Diese agile Form der Sales-Planung verschafft dem Vertrieb – und damit auch dem gesamten Unternehmen – die Dynamik, die es benötigt, um sich zu behaupten. Wer auf eine agile Planung im Vertrieb setzt, profitiert nicht nur von mehr Flexibilität und weniger Aufwand. Der größte Mehrwert ist der Innovationscharakter, der durch die Digitalisierung des Vertriebs auch in andere Bereiche des Unternehmens ausstrahlt.

Ralph Schall, Success Manager bei QVANTUM





Über QVANTUM

QVANTUM ist eine Lösung der Thinking Networks AG, die ihren Hauptsitz in Aachen hat. Seit dem Jahr 2018 steht QVANTUM mit ihrer Software-as-a-Service für innovative, digitale und agile Unternehmensplanung. Auf Basis der Cloud-basierten Lösung ersetzt QVANTUM manuelle sowie ineffektive Planungsprozesse.

Mit QVANTUM heben Unternehmen ihre operative Planung und die damit verbundenen Prozesse auf das nächste Level und sorgen für eine hohe und kontinuierliche Wertschöpfung. Durch die Echtzeit-Planung können sie ihr Business-Potenzial voll entfalten und Wettbewerbsvorteile und Chancen aktiv nutzen.

Die QVANTUM Unternehmensplanung ist bei deutschen und internationalen Organisationen, darunter SALOMON FoodWorld, ONSKINERY und Babor, im Einsatz. QVANTUM ist die ideale Unternehmensplanung für Organisationen jeder Branche und Größe.

Erfahren Sie mehr unter [QVANTUM-plan.de](https://www.quantum-plan.de)



Sie haben Fragen? Kontaktieren Sie mich!

Ralf Schall
Success Manager QVANTUM
Thinking Networks AG

schall@quantum-plan.de

0241 - 47072 - 175