

Pressemitteilung

„Wachsen oder sterben“ – Thesen zum Geschäft von morgen

Aalen. „Um zu wissen, was wir heute tun müssen, um morgen gut zu performen, müssen wir eben jenes Morgen antizipieren“, begrüßte Prof. Dr. Alexander Grohmann die Teilnehmenden zum ersten WiRO-UnternehmerTREFF digital im neuen Jahr. Anhand von – teils bewusst provokanten – Thesen zum Geschäft von morgen erklärte der Spezialist für Digital Sales und Digital Transformation von der Hochschule Aalen „nicht *wie*, sondern *was*“ für die erfolgreiche Digitalisierung im Technischen Vertrieb zu tun sei.

Im Consumer-Geschäft (B2C) bewege sich die Digitalisierungsquote auf einem relativ hohen Niveau – nicht so hingegen in den Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen (B2B). Eine Korrelation zwischen Unternehmensgröße und Digitalisierungsgrad sei nicht zu erkennen, sowohl kleine als auch große Unternehmen würden sich einer Studie zufolge gut einschätzen. Prof. Dr. Grohmann sieht hier jedoch noch großen Handlungsbedarf. „Diese positive Selbsteinschätzung zeigt: Digitalisierungspotenziale im Vertrieb bzw. in der Kundeninteraktion sind nicht be- oder noch nicht erkannt. Die Notwendigkeit beispielsweise gegenüber der Digitalisierung von Produkten oder der Produktion wird oftmals nicht gesehen.“

Lineares Denken hält der Digitalisierungsexperte für überholt und rät zu einem exponentiellen Denkansatz, zu einer methodischen Transformation sowie einer Statusanalyse des gegenwärtigen und zukünftigen Kaufverhaltens der Kunden. Der Aufruf „Zerstören Sie Ihr Geschäfts- und Vertriebsmodell“ mag provokant klingen, soll aber in erster Linie zu einer Analyse der betriebsinternen Schwächen und einem Umdenken in der Kundeninteraktion anregen.

„Wachsen oder sterben – die Zukunft antizipieren oder sterben“ – so die These von Prof. Dr. Grohmann. Unternehmen müssten sich mit Fragen auseinandersetzen wie: „Durch welche Kriterien definiert sich die eigene Kundenbindung? Nach was suchen die Kunden der Mitbewerber? Was ist aktuell von Interesse, wohin geht der Trend und welche Lösungen gibt es?“

Digitalisierung könnte die Rollen und Aufgaben im Vertrieb verändern. „Das Gebot der Stunde: dezentrale Verfügbarkeit – immer, zu jeder Zeit“, erklärt Prof. Dr. Grohmann. Neben der Automatisierung und Optimierung von Prozessen empfiehlt der Experte, in Service und Dialog zu investieren, vor allem aber, Emotionen zu inszenieren – beispielsweise durch Augmented Reality. „Jedes Produkt lässt sich emotionalisieren“, so seine These. „Das Potential ist groß – wir müssen nur bereit sein, neue Wege zu gehen.“

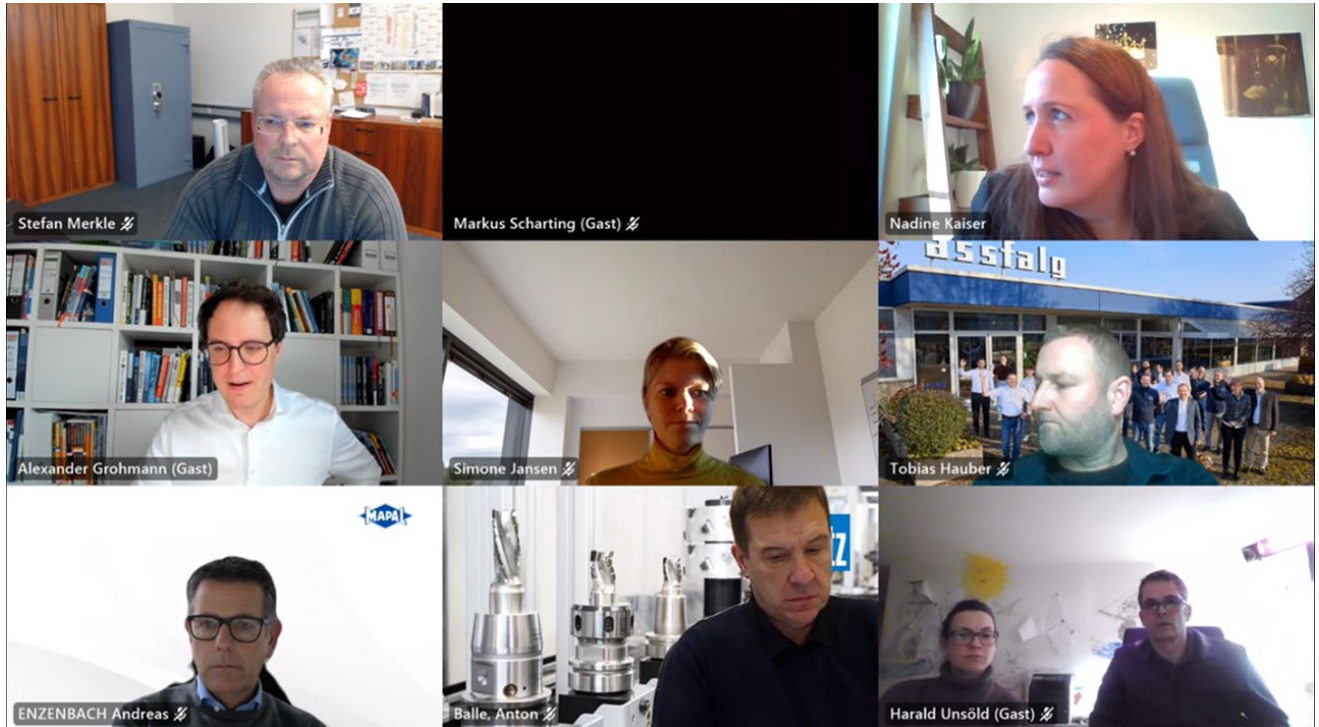
Hintergrund:

Im Rahmen des regelmäßig stattfindenden „UnternehmerTreff digital“ lädt die WiRO die regionalen Unternehmen sowie Wirtschaftsakteure bei einem digitalen Austausch dazu ein, aktuelle fachspezifische Themen auf dieser Plattform zu diskutieren und ermuntert zu einem Blick über den eigenen Tellerrand hinaus. Unternehmerinnen und Unternehmer haben die Möglichkeit, ihr Unternehmen und ihr Fachthema vor einem breiten Publikum zu präsentieren sowie Impulse von außen zu erhalten. Die Teilnehmenden erhalten Einblicke in das Arbeitsumfeld anderer Betriebe und ebenfalls Impulse für die eigene Arbeit.

Kontakt:

Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH Region Ostwürttemberg (WiRO)
Bahnhofplatz 5, 73525 Schwäbisch Gmünd

Telefon: 07171 92753-0
wiro@ostwuerttemberg.de
www.ostwuerttemberg.de



Bildnachweis: Screenshot WiRO

Januar 2022