

Intelligentes Testmanagement für effiziente Vertriebsmaßnahmen

Die Digitalisierung und Vernetzung der Gesellschaft hat die Möglichkeiten der Kontaktaufnahme mit Kunden vielfältigt. Das birgt enorme Vorteile für die Effizienz des gesamten Vertriebssystems, steigert allerdings auch die Komplexität. Wie hierbei systematische Vertriebstests unterstützen können, zeigt das Praxisbeispiel EnBW Energie Baden-Württemberg AG.

Anna-Maria Zahn 

Mit der steigenden Anzahl der Parameter, die das Vertriebssystem heute beeinflussen, suchen werbungstreibende Unternehmen immer mehr nach Möglichkeiten, im Vorfeld die richtigen Maßnahmen zu priorisieren. Vertriebstests stellen hierbei einen erfolgversprechenden Weg dar. Dabei werden Kampagnen über kleine Zielgruppen-Sets definiert, durchgeführt und deren Effizienz gemessen und damit vergleich- und bewertbar gemacht. Doch meist scheitern Tests an zwei wichtigen Punkten: einer guten Testplanung und einer Vergleichbarkeit der Tests, um den optimalen Vertriebskanal und die erfolgversprechendste Vertriebsstrategie zu ermitteln. Fehlende Informationsgrundlagen, mangelndes Vertriebstest-Know-how sowie eine unzureichend saubere Planung,

Steuerung und Dokumentation sowie in den meisten Fällen methodische Probleme beim Testvergleich, verstärken das Problem. Einen Lösungsansatz sah die EnBW Energie Baden-Württemberg AG, Deutschlands drittgrößtes Energieunternehmen, in der Einführung eines Vertriebstestmanagementportals.

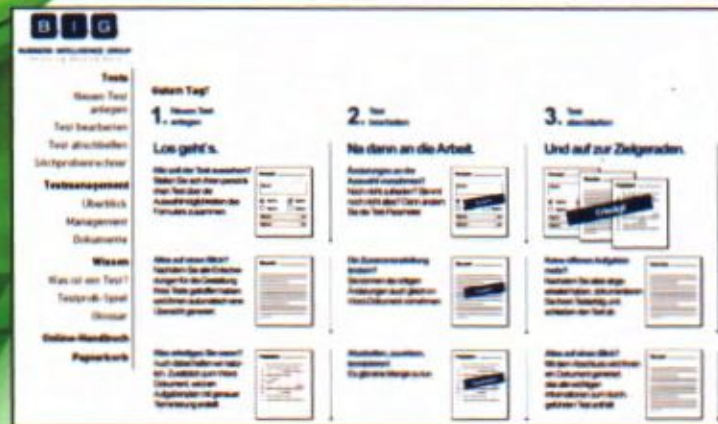
Einheitliche Plattform für Vertriebstests

Vor allem die Neueinführung von Produkten stellt bei dem Energieversorger die Verantwortlichen vor eine große Herausforderung. Die Festlegung der entsprechenden Parameter für Maßnahmen des Vertriebsstarts sind essentiell, das Wissen über die erfolgversprechendste Kundenansprache jedoch vor

einer Produkteinführung noch relativ gering. Erschwerend kommt hinzu, dass immer wieder neue Vertriebsmöglichkeiten – wie beispielsweise der Online-Kanal – die permanente Überprüfung der Wirksamkeit bestehender Vertriebsstrategien erfordern.

Ein professioneller Vertrieb kann bei der Suche nach Antworten auf Fragen zur erfolgversprechendsten Zielgruppen- und Kanalauswahl nicht allein auf das einfache Ausprobieren vertrauen. Vielmehr müssen systematische Tests dem Vertriebsverantwortlichen eine fundierte Entscheidungsgrundlage bieten, um damit bei der Realisierung der Verkaufskampagnen einen höheren Return on Investment zu ermöglichen.

Nach einer ersten Situationsanalyse offenbarten sich schnell die zu lösenden



Ein funktionierendes Vertriebstestmanagement setzt die einheitliche Dokumentation des Vorgehens und der Ergebnisse voraus. Auch für diese Aufgabenstellung können Business Intelligence Lösungen in Betracht kommen, wie die Einführung bei EnBW mit Unterstützung der Business Intelligence Group zeigte.

Problemstellungen: Informationen zu durchgeführten Tests standen Entscheidern nicht zentral zur Verfügung. Vielmehr wurden Ergebnisse an unterschiedlichen Orten auf Laufwerken abgelegt und waren daher oft nur schwer auffindbar. Die Dokumentationen zu den Vertriebstests waren zwar ausführlich, aber nicht einheitlich aufgebaut, da die Testverantwortlichen diese für jeden Test individuell gestalteten. Somit konnte auf das bereits vorhandene Vertriebstestwissen nur sehr selten und unter hohem Zeit- und Ressourcenaufwand zugegriffen werden.

Um diese Situation in ein effizient funktionierendes Vertriebstestmanagement zu verwandeln, entschied man sich zum Aufbau einer auf Microsoft Sharepoint Server 2007 basierenden Business Intelligence Lösung. Damit wurde eine einheitliche Plattform geschaffen, auf der alle Informationen zu Vertriebstests im Unternehmen aggregiert zur Verfügung stehen.

Möchte heute ein EnBW-Mitarbeiter einen neuen Vertriebstest durchführen, klickt er sich bequem auf dem Vertriebstestportal durch einen einheitlichen Fragenkatalog. So wird sichergestellt, dass analoge Informationen hinterlegt werden und eine Vergleichbarkeit der verschiedenen Tests gegeben ist. Eine automatische Berechnung von Testparametern, wie beispielsweise die optimale Stichprobengröße oder ein Simulationstool, über den die Auswirkungen der Tests für den Full-Run hinsichtlich Zeit, Kosten und Umsatz geprüft werden können, stehen ebenfalls zur Verfügung.

Best-Practice Lösungen lassen sich jetzt schnell und einfach ermitteln und bereits gemachte Fehler vermeiden. Durch die gewonnene Transparenz kann zudem schnell festgestellt werden, wann ein Test zu einem Produkt, über welchen Kanal und mit welchem Ergebnis durchgeführt wurde, sowie welcher Mitarbeiter der Testverantwortliche war. Intelligente Filterfunktionen unterstützen dabei, genau die Tests zu finden, die zum jeweiligen Zeitpunkt für einen Vergleich benötigt werden. Auf diese Weise können

auch die Ressourcen für Vertriebstests effizienter eingesetzt und Test-Dubletten – zwei aufeinanderfolgende, inhaltlich ähnliche Tests – vermieden werden.

Darüber hinaus profitiert das Vertriebsteam der EnBW von einem integrierten Wissensmodul. eLearning-Bausteine helfen dabei, das notwendige Testmanagement-Wissen schnell zu erlernen, aufzufrischen beziehungsweise zu vertiefen. Auch können Testverantwortliche über ein internes Wiki ihr Wissen über die Vorbereitung, Planung und Durchführung von Tests Kollegen auf einfache Weise zur Verfügung stellen. Da Tests keine in sich geschlossenen Vorgänge sind, sondern Prozesse, die Erfahrung, Intuition und Austausch berücksichtigen und einbinden müssen, stellen Wikis aufgrund ihres einfachen Kollaborationsprinzips ein geeignetes Instrument dar, das auch unstrukturierte bzw. semi-strukturierte Prozesse wie den des systematischen Testens unterstützen kann.

Die Steuerung der Projekte wird über verschiedene Management-Funktionalitäten gewährleistet. So erfolgt beispielsweise nach der Testanlage die automatische Erstellung testspezifischer Aufgaben und die Festlegung von Verantwortlichkeiten. Integrierte Workflows unterstützen bei der Benachrichtigung beispielsweise im Falle einer Terminüberschreitung oder nachträglichen Änderung von Dokumenten.

Durch die Übertragung des Business Intelligence Prinzips auf das Thema Vertriebstestmanagement entstand ein Informations-, Wissens- und Managementportal, welches den Einsatz der Vertriebstests bei der EnBW nachhaltig verbesserte. Wie können wir unseren Vertrieb oder unsere Kundenbindung optimieren? Wie können wir feststellen, welche Kanäle für welche Produkte mit welchen Maßnahmen am besten funktionieren? Wie können unsere Direktmarketing- oder Personenvertriebsmaßnahmen sukzessive optimiert werden? Diese zentralen Fragestellungen des Vertriebs lassen sich nun schnell und effizient beantworten.



direkt marketing
informiert >>

Mit dem Newsletter stets auf dem Laufenden!

Sie wollen regelmäßig über Neuigkeiten in Sachen modernes Direkt- und Dialogmarketing informiert sein? Dann abonnieren Sie jetzt den kostenlosen Newsletter von DIREKT MARKETING und Sie erhalten jede Woche nutzbringende Informationen direkt auf den Schreibtisch! Einfach im Internet registrieren.

www.direktmarketing.net

BI im Outsourcing

Das Beispiel zeigt, wie Business Intelligence Unternehmen helfen kann, den Vertrieb effizienter und erfolgreicher zu steuern. Das Vorurteil, dass hohe Investitionskosten für solche Lösungen aufgewendet werden müssen, ist jedoch häufig ein Grund, der Unternehmen trotz der vielversprechenden Potenziale davon abhält, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Neben einer leistungsfähigen technischen Infrastruktur benötigt man für die Umsetzung von Business Intelligence Lösungen schließlich auch eine entsprechende Software-Umgebung sowie Fachpersonal. Eine Möglichkeit, dieses Problem zu umgehen, liegt in der Nutzung der Ressourcen eines BI-Dienstleistungsanbieters.

„Vor allem auch für mittelständische Unternehmen sind „hosted-BI-Lösungen“ oder „Software-as-a-Service“ (SaaS)-Lösungen eine interessante Möglichkeit, sich trotz vergleichsweise kleiner Budgets auf Augenhöhe mit großen Firmen zu präsentieren, die nicht selten ganze BI Abteilungen unterhalten.“, meint Prof. Dr. Peter Gentsch, Gründer und Chief Scientist bei B.I.G.. Durch feste monatliche Mieten sowie durch eine Buchung der notwendigen Programme und des Expertenwissens, werden bei solchen Lösungen hohe Investitions-, Strom- und Personalkosten sowie teure Lizenzen umgangen. 