

# Interaktiv ein Erlebnis schaffen

Marketing und Vertrieb auf ein neues Level heben

Der Kunde von heute stellt ganz neue Anforderungen an Marketing und Vertrieb. Wie diese Herausforderungen gemeistert werden können, zeigt Michael Meier, geschäftsführender Gesellschafter der Agentur Schindler Parent, am Beispiel des Tools „Showpad“.



Die Agentur Schindler Parent schlägt mit einem innovativen Tool eine Brücke zwischen Marketing und Vertrieb.

**W**ofür steht der Name „Showpad“?

**Michael Meier:** Hinter dem Namen verbirgt sich eine Software-Lösung für Marketing und Vertrieb, die von einem gleichnamigen belgischen Unternehmen seit 2011 immer weiterentwickelt wird. Wie der Name schon vermuten lässt, können über das auf einem Endgerät installierte Werkzeug Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens präsentiert werden, etwa während eines Kundengesprächs. Die Lösung geht aber über eine reine Präsentation hinaus, ermöglicht sofort eine Interaktion, eine Konversation mit dem Kunden. Die verschlagworteten Inhalte sind nämlich nicht linear, sondern über mehrere Ebenen miteinander verbunden. Zeigt der Kunde während des Gesprächs beispielsweise Interesse an einem bestimmten Produkt oder einer Dienstleistung, kann der Vertriebler hier sofort weitere Daten dazu aufrufen. Das können technische Merkblätter, Preislisten genauso sein wie Filme oder Anwendungsbeispiele. So wird jedes Gespräch einzigartig.

Wie wird der Vertrieb durch das Tool entlastet beziehungsweise hilft es dabei, Herausforderungen in Vertrieb und Marketing zu meistern?

Dank der Lösung kann auf den Kunden vor Ort sehr individuell eingegangen und er aktiv mit eingebunden werden, was die Kommunikation wesentlich erleichtert. Dabei ist es natürlich entscheidend, dass alle Inhalte sofort zur Hand sind. Was viele



Michael Meier ist geschäftsführender Gesellschafter der Markenagentur Schindler Parent und Dozent für Markenkommunikation an verschiedenen Hochschulen im Bodenseeraum. Zu seinen Schwerpunkten gehören Value Selling, Service Design, B2P – Business to People und Vertriebsberatung.

Vertriebler freut, ist, dass das CRM gleich mit eingebunden ist – die Dokumentation des Gesprächs also weitgehend automatisch abläuft. Das System dokumentiert alle aufgerufenen Inhalte und den Gesprächsverlauf. So bleibt mehr Zeit für das Gegenüber. Der Mitarbeiter muss am Schluss lediglich ergänzen, wann der nächste Termin vereinbart ist oder welche weiteren Schritte geplant sind. Da alle Daten zentral abgespeichert werden, sind alle in Vertrieb und Marketing stets auf dem gleichen aktuellen Stand. Das Marketing kann anhand der aufgerufenen Inhalte zudem sehen, was im Vertriebsprozess gerne beziehungsweise was nur selten aufgerufen wird und entsprechend den Content anpassen. Das Tool erfüllt also eine Art Brückenfunktion zwischen Marketing und Vertrieb, fördert die Kommunikation untereinander.

Ein weiteres Plus ist die Lern-Option des Werkzeugs. Wenn ein Unternehmen zum Beispiel eine neue Maschine oder eine neue Preisstruktur einführt und alle dafür wichtigen Informationen im System hinterlegt sind, können sich die Vertriebler über „Showpad“ in die Thematik einarbeiten. Danach folgt ein kleiner Test, dessen Ergebnisse eine dritte Person überprüft. So ist gewährleistet, dass alle Mitarbeiter im Außendienst über das gleiche Know-how verfügen. In der Summe führt das alles nachweislich zu einer höheren Abschlussquote.

Wie werden die Inhalte präsentiert?

Egal ob es um Bewegtbild, Grafiken oder Texte geht, die Inhalte werden einheitlich im gleichen Stil gezeigt. Sollte während eines Films, etwa über eine Maschine, der Kunde eine Frage zum Preis stellen, lassen sich entsprechende Listen parallel öffnen, ohne die laufende Anwendung zu unterbrechen.

Welche Rolle spielt künstliche Intelligenz (KI) in den Prozessen des Systems?

Künstliche Intelligenz kommt dann zum Tragen, wenn Mitarbeiter im Vertrieb immer wieder die gleichen Inhalte bei ähnlichen Kunden aufrufen. Das Werkzeug erkennt also mit der

Zeit, welche Unterlagen wann und bei wem besonders wichtig sind. Sind die Kundentermine im CRM-System hinterlegt, ruft KI die besagten Inhalte 15 Minuten vor dem Treffen auf. Das entlastet Vertriebsmitarbeiter ungemein.

Wie sieht denn ein Einsatz konkret aus?

Nehmen wir das Beispiel eines Unternehmens aus dem Bereich Bodenreinigungstechnik. Je nach Kunde könnte der Außendienst zeigen, welche Geräte sich bei der jeweiligen Bodenbeschaffenheit für die Reinigung eignen. Ist der Kunde ein Hotelier, ruft der Vertriebler Grafiken und Filme auf, die zeigen, wie sich die Teppiche der Hotelzimmer oder die Bodenfliesen in den Bädern am besten reinigen lassen, inklusive vernetzter Informationen zu den passenden Reinigungsmitteln und Preislisten. So wird das Verkaufsgespräch graphisch und interaktiv zu einem Erlebnis.

Was ist aus technischer und rechtlicher Sicht zu beachten?

Die Lösung ist aus datenschutzrechtlicher Sicht DSGVO-konform, da unter anderem alle Server in Europa stehen und alle Prozesse im Detail dokumentiert sind. Technisch sind die Hürden sehr niedrig. Wer eine Lizenz erworben hat, braucht nur noch ein Endgerät, zum Beispiel ein Tablet oder Laptop, und eine entsprechende Serverstruktur. Innerhalb von nur wenigen Wochen ist alles einsatzbereit.

Inwieweit wird das Tool bereits im Mittelstand eingesetzt?

Inzwischen nutzen immer mehr Mittelständler das Werkzeug. Ich bin der Meinung, dass es besser zu mittelständischen Unternehmen als zu großen Konzernen passt, denn ihr flexibles Agieren wird hier wunderbar wiederspiegelt. Wir bei Schindler Parent unterstützen KMU dabei, das System mit Leben zu füllen und sehen hier eine innovative Möglichkeit, das Storytelling eines Unternehmens auf eine ganz neue Ebene zu heben. ■

## KURZ VORGESTELLT

Schindler Parent ist eine Full-Service-Werbeagentur mit Sitz in Meersburg. Das Unternehmen hat sich voll und ganz den Themen Marke und Marge verschrieben, um für seine Kunden nachhaltige Markenwerte und nachweisliche Absatzerfolge zu erzielen. Die Spezialisten beraten Unternehmen bei Identitätsfragen, der Markenstrategie und der Positionierung und übersetzen dies „in ein einzigartiges Gestaltverhalten, zum Beispiel Corporate Design“, wie Agenturchef Michael Meier betont. „Wir entwickeln Kommunikationskonzepte, realisieren integrierte Kampagnen und machen Marken und deren Mehrwert erlebbar, offline und online. Das steigert den Absatz und die Konversionsrate.“

► [www.schindlerparent.de](http://www.schindlerparent.de)

FOTOS: SCHINDLER PARENT