intershop

7 Verkaufen Sie komplexe Produkte erfolgreich online

Geht nicht, gibt's nicht!

Komplexe und konfigurierbare Produkte lassen sich nicht über digitale Vertriebskanäle verkaufen! Dieser Irrglaube hält sich wacker in den Köpfen vieler Hersteller und Kunden. Ja, diese Produkte sind beratungsintensiv, variantenreich und meist mit mehrstufigen internen Beschaffungsprozessen verbunden. Doch Markführer wie Trumpf, Würth, Atlas Copco und Kion machen es vor: Maschinen und Industriegüter lassen sich sehr wohl erfolgreich online vermarkten und auch verkaufen. Das liegt zum einen am veränderten Einkaufsverhalten von B2B-Käufern und zum anderen an der Innovationsdichte im digitalen Handel. Unsere Checkliste verrät Ihnen, worauf es beim Online-Vertrieb komplexer Produkte ankommt und welche Strategien zum Erfolg führen. Bereit für eine digitale Revolution?

1

7 Tipps für den Online-Vertrieb komplexer Produkte

Bieten Sie detaillierte Produktinformationen.

Die Bereitstellung stimmiger, zuverlässiger und umfassender Produktinformationen ist für den erfolgreichen Vertrieb von komplexen und konfigurierbaren Produkten und Dienstleistungen entscheidend. B2B-Einkäufer benötigen genaue Beschreibungen, Maße, Bilder und Videos – und zwar an allen Touchpoints. Durch den Einsatz eines umfassenden Product Information Management-Systems (PIM) lässt sich dies und noch mehr erreichen. Sie sorgen für eine einheitliche Datenbasis, eine bessere Conversion Rate sowie eine kürzere Time-to-Market. Außerdem sparen Sie Zeit, da Sie den Aufwand für die Datenpflege reduzieren und die wichtigsten Fragen Ihrer Kunden bereits vorab beantworten.

7 Tipps für den Online-Vertrieb komplexer Produkte

2

Visualisieren Sie Ihr Produktportfolio.

Unternehmen, die mögliche Optionen in endlosen Listen aufführen oder unklare Zeichnungen oder Maße veröffentlichen, werden digital anspruchsvolle Kunden in diesen Vertriebskanälen nicht überzeugen können. Der Kunde will selbst erkennen können, dass das ausgewählte Produkt „passt“. Das heißt im Klartext: Die Zukunft des industriellen Vertriebs liegt in der visuellen Darstellung! Durch den Einsatz visueller Produktkonfiguration können Unternehmen die Produktfunktionen und -optionen in Echtzeit darstellen, statt sie auf umständliche Weise textlich erläutern zu müssen. Dank immersiver Technologien lässt sich das gesamte Produktportfolio visualisieren und interaktiv darstellen sowie online zur Verfügung stellen.

7 Tipps für den Online-Vertrieb komplexer Produkte

3

Erleichtern Sie die Ersatzteilbeschaffung mit Augmented Reality.

Integrieren Sie Augmented-Reality-Konzepte in Ihre E-Commerce-Strategie, um Ihren Kunden die Bestellung passender Ersatzteile zu erleichtern und dadurch Stillstandzeiten von Maschinen signifikant zu minimieren. Durch den Einsatz der Microsoft HoloLens werden beispielsweise 3D-Modelle der exakten Maschine genutzt, um mit einer Explosionsdarstellung und Sprachassistenten zielsicher und fehlerfrei das nötige Bauteil zu erkennen. Das kann jeder tun, ohne Spezialisten zu fragen oder technische Zeichnungen zu bemühen. Dank einer nahtlosen Integration in Ihre E-Commerce-Lösung können Ihre Kunden die identifizierten Ersatzteile dann direkt in Ihrem Online-Shop kaufen.

7 Tipps für den Online-Vertrieb komplexer Produkte

4

Unterstützen Sie Ihre Kunden beim Kaufabschluss.

So benutzerfreundlich und informativ Ihr Online-Shop auch ist: Ihre Kunden werden trotzdem Fragen haben. Denn insbesondere bei komplexen Produkten und Dienstleistungen sowie zusätzlichen Angebots- und Genehmigungsprozessen benötigen Einkäufer oft mehr Informationen, um eine sichere Kaufentscheidung zu treffen. Es überrascht daher nicht, dass bei 24 % aller weltweiten B2B-Online-Transaktionen die Hilfe von Vertriebsmitarbeitern in Anspruch genommen wird (Quelle: Forrester, The B2B E-Commerce Playbook for 2021). Unterstützen Sie Ihre Kunden entlang der gesamten Customer Journey, indem Sie ihre Fragen in Echtzeit beantworten und ihnen beispielsweise mittels Co-Browse-Funktion helfen, Ihre Bestellung abzuschließen.

7 Tipps für den Online-Vertrieb komplexer Produkte

5

Sorgen Sie mit Self-Services für ein komfortables Einkaufserlebnis.

Viele Hersteller haben erkannt, dass sie einen Wettbewerbsvorteil erzielen, wenn sie ihren Kunden die Beschaffung von komplexen Produkten und Dienstleistungen erleichtern. Durch den Einsatz eines digitalen Kundenportals bieten Sie Ihren Kunden in jeder Phase ihrer Buying Journey personalisierte Erlebnisse und maximalen Bestellkomfort. Dank digitaler Self-Services haben Einkäufer rund um die Uhr Zugriff auf ihre Daten, registrierte Maschinen und Serviceverträge, und können ihre Arbeitsabläufe und Budgets für Kostenstellen eigenständig verwalten. Das spart ihnen Zeit und stärkt die Kundenbindung.

7 Tipps für den Online-Vertrieb komplexer Produkte

Binden Sie Ihre Kunden langfristig.

6

Die Interaktion mit Ihren Kunden endet nicht nach Abschluss einer Transaktion. Sollte sie zumindest nicht, denn im digitalen After-Sales-Geschäft stecken große Umsatzpotenziale. So können sie etwa weiterführende Angebote zu neuen und ergänzenden Produkten ins Spiel bringen oder aber innovative Services, z. B. für komplexe Maschinen, anbieten. Denken Sie beispielsweise an spezielle Reaktionszeiten oder Verfügbarkeitszusagen, die Service-unterstützung mittels Virtual Reality, die Werkzeugüberwachung, die Optimierung des Verbrauchs oder Prognosen zum Material-verschleiß. Auf diese Weise steht Ihnen nach dem eigentlichen Produktverkauf eine weitere, dauerhaftere Umsatzquelle offen und Sie maximieren den Customer Lifetime Value.

7 Tipps für den Online-Vertrieb komplexer Produkte

7

Nutzen Sie das Potenzial von Subscription-Modellen.

Die digitale Transformation verändert nicht nur die Art und Weise, wie Industriegüter verkauft und produziert werden, sondern auch, wie Hersteller mit ihren Produkten und Lösungen Geld verdienen. Bei Subscription-Modellen erfolgt die Monetarisierung über flexible Abo-Modelle und Pay-per-Use-Szenarien. Aus Anbietersicht interessant ist vor allem die Aussicht auf wiederkehrende Umsätze. Außerdem können Sie mehr verkaufen, z. B. ein Gesamtpaket aus Produkt und ergänzenden Services. Ihre Kunden profitieren, da sie hohe Investitionen, unvorhersehbare Betriebs- oder Wartungskosten vermeiden können. Sie bezahlen nur die unmittelbaren Nutzungskosten und können diese in einer monatlichen Gebühr zusammenführen.

Are you **ready** for a boost?

Weiterführende Informationen:

- Intershop Commerce Talks
- Webinar: So verkaufen Sie hochgradig anpassbare Produkte online
- Benchmark-Report: Internationaler E-Commerce in der Fertigungsindustrie: Status quo und Wachstumsstrategien

Kommen Sie gerne auf mich zu!

Isabell Zeitz
marketing@intershop.de