

Toolkit der Digital Natives: Was die Generation Z im Sales anders macht

Lübeck, April 2024. *Mit einer neuen Generation an Sales-Personen halten auch neue Gewohnheiten und Methodiken Einzug in die Vertriebsabteilungen. Die Generation Z redet souverän über Customer Centricity, Data Analytics und KI-getriebene Kundendialoge. Wirtschaftsinformationsanbieter databyte betrachtet, inwieweit das Toolkit, das hinter diesen Begriffen steht, zum Vertriebsmix der Zukunft gehört.*

Lösungskompetenz

Die Gen Z ist in einer Welt von Smartphones, sozialen Medien und nahezu unbegrenzter Verfügbarkeit von Informationen aufgewachsen. Ihr Hauptanliegen ist es, Probleme und Bedürfnisse unkompliziert und schnell zu lösen. Im Business-Umfeld geht es ihnen um das beste Produkt, den besten Service für ihre Situation sowie um die passende effiziente Beratung, am liebsten Online und in Echtzeit. Diesen Anspruch und die Technologien dahinter tragen sie auch an ihren Arbeitsplatz. Im Vertrieb beeinflusst die DNA der Digital Natives Verkaufsprozesse auf mehreren Ebenen:

Visuelle Prägung

Mitglieder der Gen Z sind nicht zuletzt durch Bewegtbild in sozialen Medien visueller geprägt als Millennials und Co. Wo früher lernen und verstehen über Text als Maxime gilt, hilft es jungen Sales-Personen, Prozesse im Unternehmen beispielsweise am Whiteboard zu skizzieren und sie damit allen am Prozess beteiligten zu visualisieren. In Sales-Abteilungen nützen die Skills der Visualisierung von komplexen Themen und der Abstraktion bei der Entwicklung neuer Verkaufsstrategien, bei der Zusammenstellung von Teams oder der Skizzierung von Kundentypen. Durch Grafiken und aufgezeichnete Prozesse schafft die Gen Z neue Strukturen, die sich dann für alle manifestieren und klar verständlich sind – auch für neue Mitarbeitende, die ins Team kommen.

Lebenslanges Lernen

Die Generation Z erwartet ein offenes Umfeld, in dem ihre Ideen willkommen sind. Diese Offenheit belohnen klassische Vertreter der Jahrgänge mit hoher Lernbereitschaft. Im Vertrieb äußert sich dies in hoher Bereitschaft, digitale Tools und angepasste Verkaufsstrategien in den Berufsalltag zu integrieren sowie sich kontinuierlich weiterzubilden. Dafür stehen Wissbegierigen heute mehr Kanäle und ein breites Spektrum an Wissenspools zur Verfügung. Vom Podcast zu Sales-Themen bis zu Live-Webinaren auf LinkedIn schöpft der Vertriebsnachwuchs aus dem Vollen.

Social Media Virtuosität

Pressekontakt

Den Kunden verstehen, in den Mittelpunkt stellen und dann dranbleiben.

Vertriebsprofis setzen diese Devise im persönlichen Live-Gespräch oder am Telefon um. Die Gen Z erweitert die Kanäle und stärkt Kundenbindung via Social Media. Hier hilft die gelernte starke Fähigkeit zum Aufbau von Online-Beziehungen, die in den vergangenen Jahren immens an Bedeutung im geschäftlichen Miteinander gewonnen haben. Der versierte Umgang mit Social Media-Trends lässt sich auf die Business-Welt übertragen – zum Beispiel ganz profan durch den Einsatz von Memes. So bildet sich ein Trendbewusstsein für das, was draußen in der Wirtschaft los ist. Ein Wissensvorsprung, der nicht zuletzt Themen für Verkaufsgespräche mit sich bringt.

Mix up

Eine zeitgemäße Betrachtung von Vertriebsmethodik sollte zwischen Wandel und Wissen unterscheiden. In puncto der eingangs erwähnten Begrifflichkeiten wie Data Analytics lässt sich festhalten, dass gute Vertriebsmitarbeitende schon seit Jahrzehnten aus ihren Datenbanken Wissen zu Leads und Kunden gezogen haben. Wichtig war damals wie heute ein gepflegtes System mit hoher Datenqualität. „Plattformen, die bei der Organisation und Verteilung von Projekten unterstützen, gehören heute in jeden modernen Unternehmensbaukasten“, so Robert Sperl, Geschäftsführer der databyte GmbH. „Sie sparen Zeit und schonen Personalkapazitäten.“

Gleiches gilt auch für den Sales, der mit externen SaaS-Lösungen tagesaktuell gepflegter Lead-Datensätze ressourcenschonend agieren kann.

Der Generationswechsel führt eine Weiterentwicklung des etablierten Verkaufens herbei. Dazu gehört auch ein erhöhter Automationsgrad der Kundenansprache. Wo früher ein hoher manueller Aufwand bei der Ansprache möglicher Kundinnen und Kunden nötig war, helfen heute Automatisierung-Tools und Methoden wie zum Beispiel SEO-Maßnahmen und programmierte Sales-Funnel.

Ausstrahlung wird immer das wichtigste Tool bleiben, die nötige Fleißarbeit können digitale Werkzeuge abnehmen. Die Zukunft und damit der bessere Vertrieb entsteht in intelligentem Mix aus Bewährtem mit Neuem.

Über databyte

Die databyte GmbH ist Anbieter einer innovativen Online-Applikation und verfügt mit rund 7 Millionen Firmenprofilen und über 100 Millionen Einzelinformationen über eine der umfangreichsten Datenbanken für deutsche Wirtschaftsinformationen.

Unter databyte.de werden in einer Online-Anwendung Handelsregisterinformationen, Firmenprofile, Gewerbedaten sowie Bonitätseinschätzungen tagesaktuell veröffentlicht. Die Produkte und Dienstleistungen von databyte bieten eine hohe Markttransparenz und werden genutzt für Unternehmensrecherchen, Kundenstamm-Monitoring, Forderungsmanagement und Neukundengewinnung. Im Rahmen der Datenverarbeitung legt databyte besonderen Wert auf die Einhaltung der Anforderungen des Bundesdatenschutzgesetzes und der DSGVO Richtlinien. Die selektierbaren Informationen sind ausschließlich für Gewerbetreibende abrufbar und bedürfen einer vorausgegangenen verifizierten Anmeldung. Weiterführende Informationen liefert www.databyte.de

Pressekontakt