

Medienmitteilung vom 11. September 2024

Die Kraft der Kollaboration

Kollaboration wird innerhalb von Teams im Business-to-Business-Vertrieb zunehmend zu einem zentralen Erfolgsfaktor. Die Digitalisierung und ihren Möglichkeiten in Bezug auf die Datenaufbereitung und -nutzung bergen Optimierungsmöglichkeiten. Wo es in der konkreten Umsetzung Verbesserungspotenzial gibt, zeigt eine Praxisprojektarbeit der OST – Ostschweizer Fachhochschule im Auftrag der CRM & Sales AG.

Kollaboration stellt die höchste Stufe von Zusammenarbeit dar, die hinsichtlich Intensität sowie Grad der Interaktion differenziert werden kann; sie geht dabei über Kooperation hinaus. «Während in einer Kooperation, Beteiligte weiterhin individuellen Ziele oder Teilzielen nachgehen und nur in einem zuvor festgelegten Rahmen kooperieren, verfolgen bei einer Kollaboration alle Beteiligten dasselbe Ziel, indem sie ihre Anstrengungen und Ressourcen koordiniert auf die Zielerreichung ausrichten», erklären Flavio De Bortoli und Ronald Ivancic vom IOL Institut für Organisation und Leadership der OST – Ostschweizer Fachhochschule.

Kollaboration im Business-to-Business-Vertrieb könne dabei auf drei Ebenen stattfinden. «Die erste Ebene ist Zusammenarbeit innerhalb des Vertriebsteams selbst. Dieses Vertriebsteam pflegt ebenfalls Kontakt mit ihrer Kundschaft und kann diese in die Produktentwicklung (analog der Feedbackkultur) miteinbeziehen – also mit dieser kollaborieren (zweite Ebene). Drittens lassen sich auch kollaborative Verhältnisse zwischen Vertriebsteams und ihren Partnern (z.B. Lieferanten) identifizieren», erklärt OST-Dozent Ivancic. Ein Hauptvorteil von Kollaboration bestehe darin, dass Mitglieder eines Vertriebsteams Kundenbedürfnisse ganzheitlicher verstehen können und eine Grundlage für frühzeitige Reaktionen entlang aller Vertriebsphasen gewinnen. Wo in der konkreten Umsetzung Verbesserungspotenzial besteht, zeigt nun ein Praxisprojekt einer Studierendengruppe der OST – Ostschweizer Fachhochschule in Zusammenarbeit mit der CRM & Sales AG aus Romanshorn.

Mehrheit nutzt den Austausch – aber häufig über analoge Systeme

83 Prozent der 197 befragten kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) im deutschsprachigen Raum geben bei der qualitativen und quantitativen Marktuntersuchung an, dass die Vertriebsmitarbeitenden an gemeinsamen Projekten arbeiten. Ferner erklären 85 Prozent der Befragten, dass dabei organisatorisches Wissen gespeichert und ausgetauscht wird. «Daraus lässt sich schliessen, dass eine deutliche Mehrheit in verschiedener Form bereits Kollaboration im Vertrieb betreibt. Aus der qualitativen Befragung wird jedoch ersichtlich, dass der Wissensaustausch noch immer häufig über analoge Systeme wie Aktenablage oder Formulare beziehungsweise einfachstrukturierte digitale Ablage erfolgt. Ebenso herrscht über die Bedeutung von Kollaboration in den befragten Unternehmen Uneinigkeit und ein fehlendes Bewusstsein zur Abgrenzung von Kollaboration zu blosser Zusammenarbeit, was zusätzliches Potenzial in der Umsetzung nahelegt», schreiben Flavio De Bortoli, Ronald Ivancic (beide OST) und Ralph Nater, Geschäftsführer der CRM & Sales AG, in einem kürzlich erschienenen Beitrag im «KMU-Magazin».

ERFA für KMU zum Thema Sales Force Excellence

Im Nachgang zur Marktuntersuchung ergab sich aus den Experteninterviews nebst der Bereitschaft und dem Interesse an der Umsetzung von B2B-Collaborative-Sales der Wunsch nach einem

interaktiven Praxisaustausch zu den Digitalisierungsvorhaben und der gelebten Kollaboration in anderen B2B-Vetriebteams. Unternehmen, die im B2B tätig sind, soll die Möglichkeit gegeben werden, sich auszutauschen, zu lernen und sich gezielt zu vernetzen. Hierzu wird an der OST erstmals eine Erfahrungsaustauschgruppe ERFA für KMU zum Thema Sales Force Excellence eingerichtet, welche sich regelmässig mit relevanten Trends und einem Praxistransfer für den B2B-Bereich beschäftigt. «Damit soll ein Erfahrungsaustausch unter Teilnehmenden erreicht werden, der zielgerichtet fachlich moderiert und mit relevanten Inputs aus der Wissenschaft und der Praxis angereichert wird», erklären De Bortoli und Ivancic.

Für Rückfragen:

- Flavio De Bortoli, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, IOL Institut für Organisation und Leadership, 058 257 13 59, flavio.debortoli@ost.ch
- Michael Breu, Kommunikation OST, 058 257 44 66, michael.breu@ost.ch