

SALES ENABLEMENT

EMOTIONALISIERUNG ALLER MARKEN

Etwa 70 Prozent aller Kaufentscheidungen basieren auf Emotionen. Möchte sich ein Unternehmen also vom Wettbewerb abheben, sollte es sowohl die Kundenbindung als auch das Storytelling am Point of Sale (POS) optimieren. Wie das in der Praxis gelingt, zeigt der Premiumbrillenhersteller Silhouette.

Die Silhouette International Schmied AG ist ein globaler Hersteller von Premiumbrillen mit Hauptsitz in Österreich und 14 internationalen Vertriebsgesellschaften. Die Brillen sind in über 100 Ländern unter drei Marken erhältlich: Silhouette, Evil Eye Sport und Neubau Eyewear. Bisher nutzte das Unternehmen verschiedene interne Vertriebsanwendungen sowie eine Präsentations-App, die dem Vertriebsteam lediglich die Möglichkeit bot, PDF-Folien zu zeigen. Die Daten und Reportings aus dem System waren ungenau, worunter die Effizienz des Teams litt.

Um das Verkaufserlebnis zu verbessern und die Kundenbindung zu erhöhen, wollte Silhouette das Storytelling der Vertriebsmitarbeiter bei ihren Ladenbesuchen optimieren. Die Idee: die Bereitstellung von personalisiertem Marketingmaterial und einer interaktiveren Anwendung. Darüber hinaus wollte der Brillenexperte auch Schulungen für die Vertriebsmitarbeiter sowie Tracking-Möglichkeiten implementieren, um sicherzustellen, dass das Material richtig angewendet wird. Und auch der Point of Sale sollte verbessert werden: In der Vergangenheit war es für die Vertriebsteams schwierig, die regelmäßige Überprüfung von Rahmen, Markendisplays und Möbeln am POS zeitsparend, einfach und professionell durchzuführen. Sowohl dem Vertrieb als auch dem Marketing fehlte der Überblick über den in den Filialen vorhandenen Bestand. Eine neue Lösung sollte Flexibilität zur Verwaltung

„Dank der professionellen Betreuung gelang es uns, die App zeitgleich mit dem neuen CRM-System auszurollen.“

Christine Minartz



der Marken, zahlreicher Teams und Tausender Assets mitbringen. Außerdem erforderte das globale Content Management Lokalisierungen für 19 Länder und viele Sprachen – selbstverständlich unter Einhaltung der jeweiligen Datenschutzbestimmungen.

Echte Markenbotschafter

Silhouette entschied sich dazu, neben einem neuen Customer-Relationship-Management-System (CRM) die Pitcher-Super-App zu implementieren. Diese wurde schrittweise in jedem der 14 Vertriebsländer des Unternehmens ausgerollt – mit verschiedenen marken- und länderspezifischen Benutzeroberflächen sowie den jeweils passenden Sprachversionen. Damit profitiert das Team nun von einer All-in-one-Sales-Enablement-Lösung, die vom Content Management bis zum Einsatz im Einzelhandel reicht. Die anpassungsfähige Benutzeroberfläche der App bietet die notwendige Flexibilität für den internationalen Einsatz für alle Marken. Darüber hinaus sorgt die nahtlose Integration mit dem komplexen Salesforce CRM für reibungslose Abläufe inklusive Offline-Funktionen und dem transparenten Einblick in den Bestand.

Silhouette hat den Verkaufsprozess so optimiert, dass die Sales-Teams zu echten Markenbotschaftern werden: Dank der App können sie stets aktuelle Inhalte und personalisierte Marketingmaterialien für ihr Storytelling nutzen. Mit der automatisierten Präsentationsverfolgung und professionellen Vertriebstrainings stellt der Premiumbrillenhersteller sicher, dass die Botschaften aus dem Content Management auch beim Kunden ankommen. Die jeweils geltenden Datenschutzbestimmungen werden durch die App automatisch eingehalten und darüber hinaus haben die Teams auf ihren iPads zahlreiche Funktionen zur Verfügung, die ihren Alltag vereinfachen.

„Das Team des Dienstleisters ist flexibel und gezielt auf unsere Bedürfnisse eingegangen. Dank der professionellen Betreuung gelang es uns, die App zeitgleich mit dem neuen CRM-System auszurollen und so die besten Bedingungen zu schaffen, um unsere Vertriebsteams zu unterstützen und unsere Marken zu emotionalisieren“, erzählt Christine Minartz, Leiterin Strategisches Vertriebsmanagement bei der Silhouette International Schmied AG. ➔

DOMINIQUE-SILVIA WIECHMANN



Silhouette International Schmied AG

Branche: Hersteller von Premiumbrillen
Gründung: 1964 von Arnold und Anneliese Schmied
Hauptsitz: Linz, Österreich
Mitarbeiter: 1.400
Umsatz: 163 Mio. Euro
www.silhouette-international.com

Seinen Hauptsitz hat der Brillenhersteller in Österreich – besitzt aber auch 14 internationale Vertriebsgesellschaften.