

Anja Pichler

Internationaler B2B- Verkauf in COVID-Zeiten

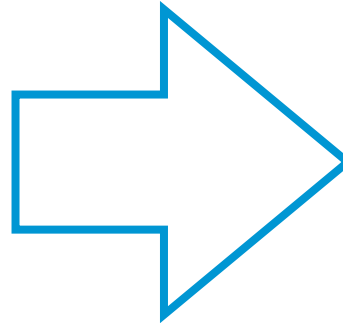


PD zu Hidden Champions

24. Mai 2023



- Ausbruch COVID-19 (FJ 2020)
- Lockdowns
- Reisebeschränkungen
- Konferenzabsagen



Auswirkungen auf
den
internationalen
Verkauf in B2B-
Märkten

Forschungsdesign und Ziel der Arbeit

- Explorative Studie
- Ziel: Bedeutung des persönlichen Kontakts im internationalen B2B-Verkauf komplexer Güter zu untersuchen

Methode und Stichprobe

- Methode: leitfadenbasierte Interviews
 - Mai bis September 2021, ca. 1 Stunde
 - CSO (10), CMO (7), CEO (2), CCO (1), CTO (1)
- Sample: 21 österreichische Hidden Champions
 - Vor allem Consultative Selling von Lösungen
 - Lange Geschäftsanbahnung
 - Hoher Individualisierungsgrad
 - Überwiegend Projektgeschäft (76%)

Verkaufsmodell vor Pandemie

- Kernelemente:
 - Messen, internationale Konferenzen und Präsentationen, Firmenbesuche, persönliche Treffen und Beziehungen, Netzwerke, Kundenempfehlungen
- Begründung:
 - Einblicke und Informationen zu Kundenunternehmen vor Ort
 - Vertrauensbildung
 - Kontinuierliche Konversation zu Neuigkeiten und Problemen

Auswirkungen Pandemie auf den internationalen Verkauf

- Keine physischen Interaktionen
- Fehlende Interaktionstiefe und Kundeneinblicke
- Keine oder kaum Neukundengewinnung
- Zunahme digitaler Verkaufsprozesse und -methoden
 - Kreation eigener Plattformen und virtueller Messen
 - Benützung sozialer Medien und Erweiterung des digitalen Angebots
 - Digitale Verkaufsverhandlungen und Produktübergaben

Neues Verkaufsmodell

- Überwiegende Rückkehr zum klassischen Verkaufsmodell
 - Physisches face-to-face um 5-20% reduziert
 - Reisen bis zu einem Drittel weniger
 - Selektiver Einsatz von persönlichen Treffen
- Regionale Präsenz als Vorteil
- Komplementäre Rolle des Digitalen

Conclusio

- Enge persönliche Beziehungen sind krisenresistenter
- Digitale Präsenz und Interaktion bedeutsam (globaler Auftritt)
- Aktive Neukundengewinnung ist nahezu unmöglich
- Im internationalen B2B-Verkauf komplexer Güter ist die physische Interaktion weiterhin wesentlich



VIENNA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND BUSINESS

Anja Pichler, MSc
anja.pichler@s.wu.ac.at

- Pichler, A. (2022). International business-to-business selling in the COVID-19 pandemic. *Master Management Masterarbeit*. Wien: Wirtschaftsuniversität Wien, pp.1-141.