



4 Grundlagen des Erfolgs mit Sales Analytics: was Vertriebsmitarbeiter unbedingt wissen sollten

Hat Ihr Vertriebsteam die Daten, die es braucht, um seine Ziele zu erreichen? Greifen Sie noch auf veraltete Berichte aus unterschiedlichsten Quellen zurück, um Ihren Fortschritt zu messen? Gibt es Informationslücken, weil Daten zu weit verstreut sind? In der heutigen Vertriebswelt – mit Liefertermin am besten bis gestern – kann es sich niemand mehr leisten, erst am Quartalsende herauszufinden, dass Quoten oder Kundenerwartungen nicht erfüllt wurden. Veraltete oder fehlende Informationen haben Folgen – und zwar von der Art, die jedes Vertriebsteam lieber vermeiden möchte.

Ein klarer Überblick über Einzel- und Teamvertriebsleistungen erleichtert die Entscheidungsfindung und ermöglicht, wenn nötig, einen Kurswechsel, damit gesteckte Ziele auch wirklich erreicht werden. Vertriebsteams brauchen daher eine Plattform, die alle Daten aus sämtlichen Quellen zusammenführt. Nur so lassen sich komplexe Fragen von Management, Kundschaft, Lieferanten und Teammitgliedern beantworten. Viele Vertriebsprofis tun sich jedoch schwer damit, alten Gewohnheiten, einschließlich der Nutzung von Salesforce-Dashboards, Lebewohl zu sagen.

Kurzum: Schnelle, einfache und intuitive Analytics sind erfolgsentscheidend. Eine Visual-Analytics-Plattform wie Tableau bietet einen vollständigen Überblick über die Kennzahlen, die Vertriebsteams für bessere Prognosen, Planungsprozesse und Echtzeitentscheidungen benötigen. Die Fähigkeit zur Integration von Kunden- und Marketingdaten spielt zudem eine maßgebliche Rolle, wenn es darum geht, Verkaufsszenarien richtig zu verstehen und sich Wettbewerbsvorteile zu sichern, ohne dabei an Dynamik zu verlieren und den Fortschritt zu verlangsamen.

Doch wie schnell kann Ihr Vertriebsteam eine Analytics-Plattform bereitstellen? Die Antwort ist kurz und einfach: Dank Funktionen wie den neu eingeführten **Dashboard-Startern** in Tableau Online sind einheitliche, aussagekräftige Ansichten von Daten aus Salesforce, Oracle Eloqua, Marketo Sales und weiteren Tools eine Sache von Minuten. Und wenn Sie tiefer in Tableau eintauchen, werden sie im Nu weitere Ansichten Ihrer Daten entdecken – je nachdem, welche Schwerpunkte sie setzen.

Analytics in Aktion

Vertriebsabteilungen haben die Aufgabe, sämtliche Nuancen ihrer Umsatzdaten zu ergründen und mit den daraus gewonnenen Erkenntnissen ihr Ergebnis zu steigern. Das ist keine leichte Aufgabe, doch mit den vielen Vorteilen von Tableau ist sie durchaus lösbar. Warum? Wir erläutern vier Gründe.

1. Ein tieferes Verständnis von Daten hilft, schneller ans Ziel zu gelangen

Beschränkt sich Ihr Wissen über die aktuelle Geschäftslage auf das, was im CRM-System steht? Und wo befinden sich Ihre Daten eigentlich? In Spreadsheets, SQL-Datenbanken, Hadoop, Salesforce oder anderen Cloudanwendungen? Zielführende Erkenntnisse und gut begründete Entscheidungen setzen ein entsprechendes Verständnis aller Vertriebs-, Marketing- und Kundendaten voraus. Ebenso wichtig ist ein einfacher Zugriff auf Daten, jederzeit und von überall aus.



Ihre Vertriebssysteme erfassen aber möglicherweise nicht alle Transaktionen. Womöglich lassen sich mit den Ressourcen, die Ihnen derzeit zur Verfügung stehen, auch nicht alle Trends erkennen und alle Ergebnisse einzelnen Vertriebsmitarbeitern zuordnen. Die Methode der Datenerfassung variiert von Mitarbeiter zu Mitarbeiter, und oft sind die Daten nicht aktuell, da der eigentliche Fokus auf den Absatzaktivitäten liegt. Dieser Mangel kann jedoch ungenaue Daten oder Fehlinterpretationen nach sich ziehen.

Tableau im Einsatz: MillerCoors findet dank Echtzeit-Datenansicht potenzielle Neukunden

MillerCoors ist ein US-amerikanischer Produzent beliebter Biermarken wie Miller, Coors und Blue Moon sowie traditionell hergestellter Apfelweine und Limonaden. Die Marken des Unternehmens können zusammen auf eine 450-jährige Tradition der Getränkeherstellung zurückblicken. Das MillerCoors-Vertriebsteam für den Einzelhandel steht im ständigen Austausch mit Gastronomiekunden, doch wurde es zuletzt immer schwieriger, den Überblick über die vielen im Team zirkulierenden Excel-Berichte zu behalten. Große Verkaufschancen wurden einfach nur deshalb verpasst, weil es keine effiziente Möglichkeit gab, diese zu erkennen.

Dann jedoch entschied sich MillerCoors für Tableau. Nach dem Start des ersten Pilotversuchs wurde die Lösung in gerade einmal drei Monaten unternehmensweit für ein 300-köpfiges Vertriebsteam bereitgestellt. Mit Tableau hat das Team nun den vollen Überblick über das gesamte Kundenspektrum und kann umgehend zur Tat schreiten, wenn sich Chancen auftun. In Minutenschnelle kann ein Vertriebsmitarbeiter auf seinem Mobilgerät ein Dashboard erstellen, was die Kommunikation mit dem Kunden erleichtert – ein Vorteil gegenüber der Konkurrenz. Vor der Anwendung von Tableau musste MillerCoors Daten manuell aus unzähligen Excel-Berichten extrahieren. Viele Wochenenden mussten geopfert werden, um den Datenwust zu entschlüsseln. Inzwischen veröffentlicht das Vertriebsteam in Tableau Online Umsatzziel-Dashboards – mit dem Ergebnis, dass Daten leichter zugänglich sind, die Zusammenarbeit besser funktioniert und mehrere hundert Mitarbeiter um die beste Lösung wetteifern.

Durch die Optimierung von Tableau als einzige zuverlässige Quelle für die Vertriebsberichterstattung erkennt MillerCoors heute mehr Chancen und verkauft mehr Ware.

2. Eine einzige zuverlässige Quelle bringt Ihr Team auf eine Wellenlänge

Wenn jeder mit anderen Zahlen und Datenquellen hantiert, wird die Teamabstimmung zur echten Herausforderung. Dabei liegen die Vorteile einer einzelnen zuverlässigen Quelle auf der Hand. Eine zentrale Datenquelle, die Einblick in sämtliche Daten gewährt, liefert Managern und Mitarbeitern das gleiche Gesamtbild, sodass jeder gleichermaßen Verantwortung übernehmen kann. Noch dazu macht eine Vereinheitlichung von Vertriebs-, Marketing- und Kundenbindungsdaten Details allgemein zugänglich, beschleunigt die Entscheidungsfindung und schafft Wettbewerbsvorteile.



Führungskräfte im Vertrieb stehen vor einer weiteren Herausforderung, denn Vertriebsdaten sind in der Regel sehr komplex, was deren Zusammenführung in einer einzigen zuverlässigen Quelle erschwert. Damit echte Erkenntnisse gewonnen und praktisch umgesetzt werden können, müssen Vertriebsabteilungen jedoch in der Lage sein, kritische Kennzahlen – Absatzgebiet, Marktgröße, Quoten, Kundendemografie, Kundenbindung und vieles mehr – zu analysieren. Zwar lassen sich verstreute Daten direkt in Salesforce einspeisen, doch ist dieser Vorgang oft extrem aufwändig und entsprechend langwierig. Letzten Endes ermöglicht er noch nicht einmal die Art schneller Analysen, die sich viele Führungskräfte wünschen. Was Vertriebsleiter brauchen, um jetzt und in der Zukunft schnelle, strategische Geschäftsentscheidungen treffen zu können, ist also eine Plattform, die so flexibel ist, dass komplexe Daten aus verschiedenen Quellen analysiert und in einer einzigen Dashboard-Ansicht zusammengefasst werden können.

Tableau im Einsatz: Datentransparenz eröffnet LinkedIn neue Erkenntnisse und Chancen

Auch LinkedIn war auf der Suche nach einer soliden, skalierbaren Plattform, mit der sich Erkenntnisse aus Umsatzdaten gewinnen lassen. Das Business-Analytics-Team des Unternehmens führte Tableau Server ein, um mehrere Petabyte an Kundendaten zu zentralisieren. Anhand von Dashboards werden nun Leistungsdaten überwacht und Fluktuationen vorhergesagt, was vorausschauendere Vertriebsentscheidungen und ein Umsatzplus ermöglicht hat.

Vor der Bereitstellung von Tableau speicherte LinkedIn Vertriebsdaten in internen Datenbanken, Google Analytics, Salesforce und weiteren Drittanbietertools. Damals musste ein Analyst pro Tag Anfragen von im Schnitt über 500 Vertriebsmitarbeitern bearbeiten. Folglich vergingen mitunter bis zu sechs Monate, bis ein Bericht vorlag. So lange blieb das Team im Unklaren über die eigene Vertriebsleistung oder den aktuellen Stand einer Geschäftsbeziehung.

Heute hingegen greifen 90 Prozent aller Vertriebsmitarbeiter von LinkedIn wöchentlich auf Tableau Server zu. Angesichts der Möglichkeit, die gesamte Vertriebsperformance ständig im Auge zu behalten und durch tiefergehende Datenuntersuchung Aufschluss über die zugrunde liegende Kundenerfahrung zu gewinnen, lassen sich Nachfragespitzen viel genauer prognostizieren. Auf dieser Basis kann der Vertrieb Kunden proaktiv kontaktieren, um Chancen und Produkte zu besprechen – eine gute Gelegenheit, diese Kunden zu höheren Ausgaben zu motivieren und Fluktuationen zu vermeiden.

3. Interaktive Visualisierungen ermöglichen tiefere Einblicke

Wie die Beispiele oben gezeigt haben, sind Dashboards von großer Bedeutung, da sie jedem Mitarbeiter Einblick in dieselben Daten geben. Sie lassen sich schnell und einfach überschauen – und erzählen obendrein eine zusammenhängende „Story“, statt Vertriebsmitarbeiter ratlos im Zahlenbrei herumstochern zu lassen.

Herkömmliche Berichte und Tabellen können mit Dashboards nicht mithalten: Sie müssen aufwändig erstellt und gepflegt werden, ohne vergleichbare Erkenntnisse wie interaktive Visualisierungen zu liefern. Interaktive Visualisierungen erleichtern grundlegende analytische Aufgaben, etwa das Filtern



von Ansichten, die Einstellung von Parametern und schnelle Berechnungen. Außerdem bieten sie die Möglichkeit, Dashboards intuitiv anzupassen, sodass sich Details genauer untersuchen und daraus umsetzbare Erkenntnisse gewinnen lassen.

Anstatt viel Zeit mit der Interpretation von Datensätzen zu vergeuden, können sich Vertriebsteams nun also ganz auf Geschäftsabschlüsse, Problemlösungen und Entscheidungsfindungsprozesse konzentrieren. Für unseren Kunden Oldcastle hat sich die Arbeit mit Tableau-Visualisierungen bezahlt gemacht: Aus bloßen Daten wurde ein wertvoller Wissensschatz, der rasche, aber wichtige Geschäftsentscheidungen zum Wohle der Kunden ermöglicht.

Tableau im Einsatz: Oldcastle behält den Überblick und erkennt Verkaufschancen dank effizienter Verwaltung von 78.000 SKUs

Oldcastle ist ein führender Hersteller von Baustoffen und -produkten, der mit 20 Geschäftsbereichen und 206 Betrieben in ganz Nordamerika vertreten ist. Mithilfe von Tableau gelang es Oldcastle, einen 500-seitigen Monatsbericht in ein kontrolliertes, unternehmensweit zugängliches Dashboard zu verwandeln.

Das Vertriebsteam von Oldcastle verwaltet einen Bestand von über 78.000 SKUs. Deshalb muss es in der Lage sein, schnell und einfach Verluste zu erkennen, Margen zu verfolgen und Chancen zu ergreifen. Doch die Skalierung einer Plattform für die gesamte Vertriebsabteilung war schwierig. Heute kann Oldcastle ERP- und Salesforce-Daten in Tableau zusammenführen, und der Vertrieb hat dann die Möglichkeit, auf all diese Daten zuzugreifen und sie zu analysieren.

Vom Vertriebsleiter bis zum Außendienstmitarbeiter behält mit Tableau-Dashboards jeder seine täglichen und monatlichen Quoten im Blick. Die Möglichkeit, aus großen Mengen an Kundendaten direkte Erkenntnisse abzuleiten, bringt für ein Vertriebsteam enorme Vorteile mit sich. Nicht zuletzt profitiert auch der Kunde davon, der so besser bedient werden kann.

„Heute kann ein Vertriebsmitarbeiter ein Dashboard aufrufen, nachsehen, was er gestern verkauft hat, seine Umsätze in diesem Monat überprüfen und sich die Zahlen für das gesamte bisherige Jahr ansehen“, bringt Paul Lisborg, Manager of Business Intelligence, die Vorzüge von Tableau auf den Punkt. „Anschließend kann er genauer untersuchen, welche Kunden hohe Ausgaben tätigen, welche Produkte die Kunden kaufen und welche Margen dabei erzielt werden.“

4. Dashboards erleichtern die Zusammenarbeit im Team

Selfservice-Analytics sind für moderne, datengesteuerte Vertriebsteams im Grunde ein Muss. Wichtig ist, dass auf Erkenntnisse schnell reagiert werden kann. Vorbei sind die Zeiten, in denen ein Unternehmen seine IT-Abteilung in aller Ruhe Vertriebs-Dashboards erstellen, anpassen und veröffentlichen ließ. Mit Selfservice-Dashboards können Vertriebsmanager heute Prozessbeurteilungen besprechen oder mit der Finanzabteilung an der Strategie fürs Folgejahr arbeiten. Tableau unterstützt moderne Vertriebsteams dabei, Daten zur Grundlage für jede Interaktion zu machen – und damit eine Zusammenarbeit in Echtzeit und strategische Entscheidungen zu ermöglichen.



Tableau im Einsatz: Datentransparenz dank Selfservice-Analytics verbessert die globale Vertriebsperformance von Brown-Forman

Brown-Forman ist einer der zehn größten Spirituosenhersteller der Welt. Dem Chief Information Officer des Unternehmens, Tim Nall, zufolge spielt Kommunikation eine entscheidende Rolle, wenn Best Practices festgelegt und die Umsätze gesteigert werden sollen. Die Teams von Brown-Forman müssen Erkenntnisse aus Preis- und Versanddaten ziehen, damit sie ihre Artikelbestände effektiv verwalten können.

Durch Optimierung der Investitionen in Datenspeicher- und Analysetechnologien haben die Teams die Zusammenarbeit optimiert. „Aus globaler Sicht ist es von entscheidender Bedeutung, Zugriff auf all diese Informationen zu haben und sie verstehen zu können. Dank dem System, das wir jetzt mit unserem logischen Data Warehouse und Tableau aufgebaut haben, können die Benutzer zusammenarbeiten und sind alle diese Informationen verfügbar“, so Tim Nall.

Überdies vereinfacht Tableau Server die Veröffentlichung von Vertriebs-Dashboards – unabhängig davon, ob es sich um Live-Daten oder häufig aktualisierte Daten handelt. Mit Single Sign-On kann ein Brown-Forman-Mitarbeiter im Desktop-Browser oder auf einem Mobilgerät per Mausklick bzw. Fingertippen auf Dashboards zugreifen. Diese lassen sich dann direkt ins CRM-System einbetten.

Wenn Sie wie Brown-Forman Ihre Dashboard-Ansichten im Auge behalten, werden Sie mit zunehmender Erfahrung feststellen, welche Funktionen Ihr Team am häufigsten nutzt, was gut funktioniert und was weniger gut. So können Sie die Dashboards dann optimal an Ihre konkreten Anforderungen anpassen.

Im Blickwinkel

Mit leistungsstarken Dashboards das große Ganze (und die Details) im Blick behalten

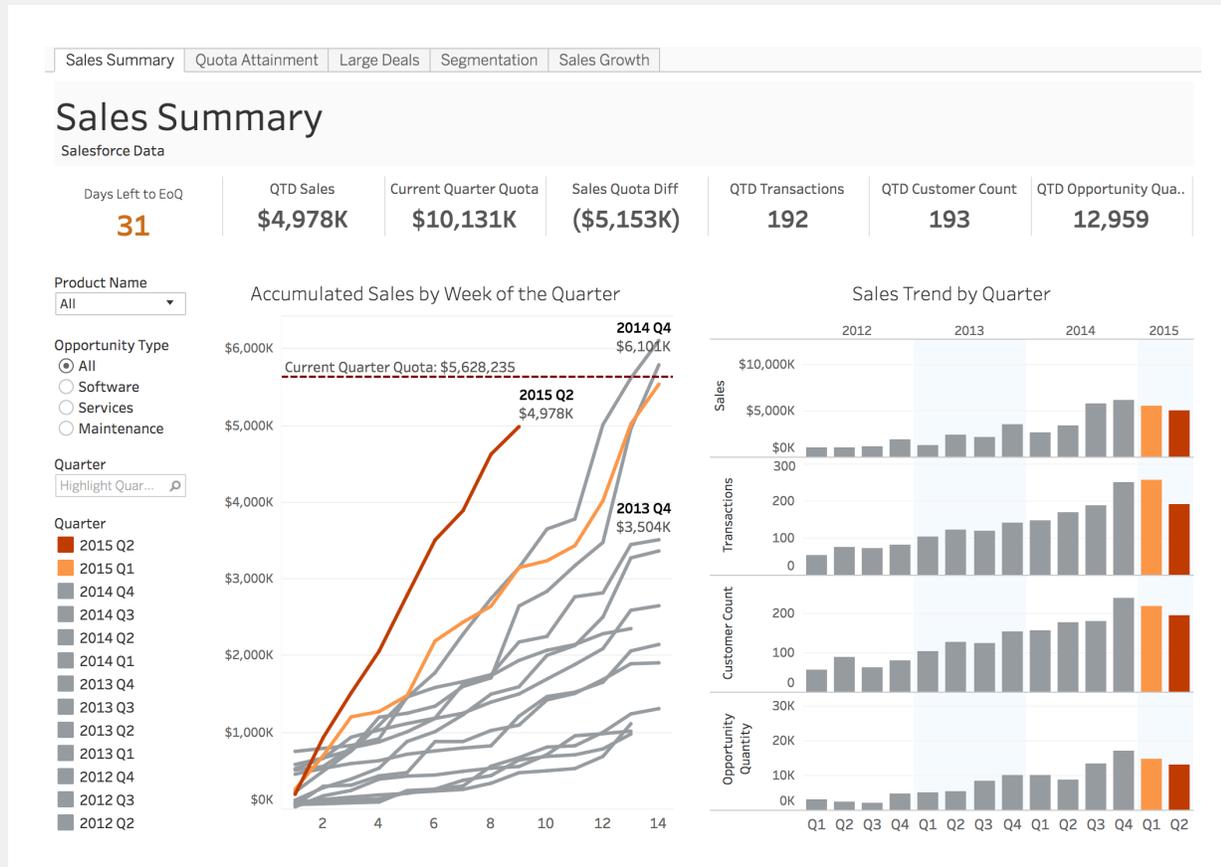
Diese Tableau-Dashboards zeigen exemplarisch, wie Vertriebsteams mithilfe einer vereinheitlichten Plattform Erkenntnisse gewinnen können.

Sobald Ihr gesamtes Team Zugriff auf einheitliche Daten hat, kann es anhand der Dashboards ganz einfach eigene Fragen stellen und beantworten. Damit erübrigt sich das mühselige Durchforsten verschiedener Datenquellen, die womöglich unvollständig oder ungenau sind.



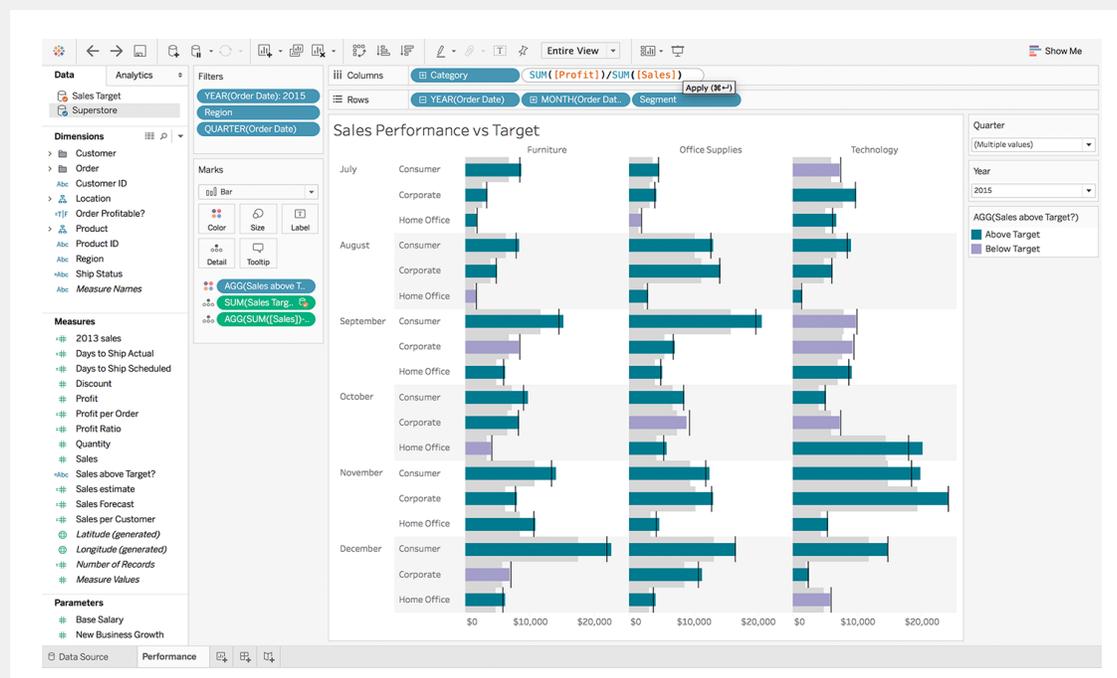
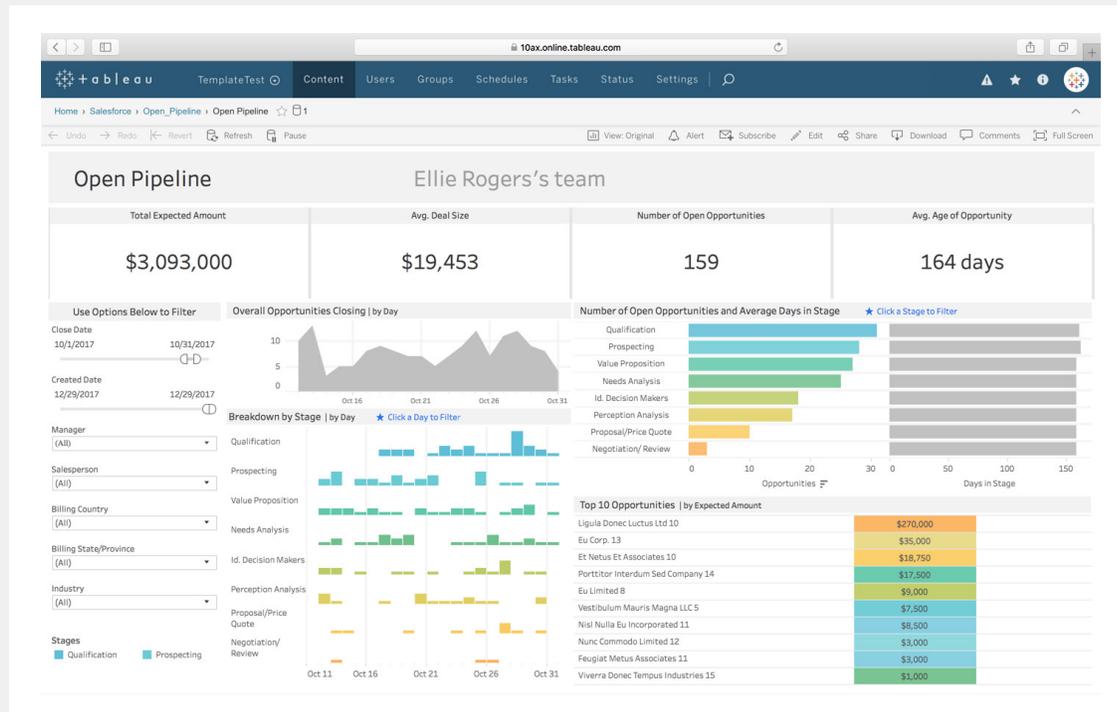
Stand der Quotenerfüllung

Wer ein Vertriebsteam effektiv leiten will, muss Trends erkennen können und wissen, in welche Richtung die Entwicklung gerade geht. Allerdings ist es schwierig, alle wichtigen Daten zu erfassen – vor allem dann, wenn das Team sehr groß oder räumlich verteilt ist. Dieses Dashboard gibt den Stand der Quotenerfüllung nach Produkt oder nach Typ der Verkaufschance wieder. Historische Daten bieten zusätzlichen Kontext und ermöglichen eine Prognose für künftige Trends. Mit Tableau gehören Rätselspiele im Vertriebsmanagement der Vergangenheit an.



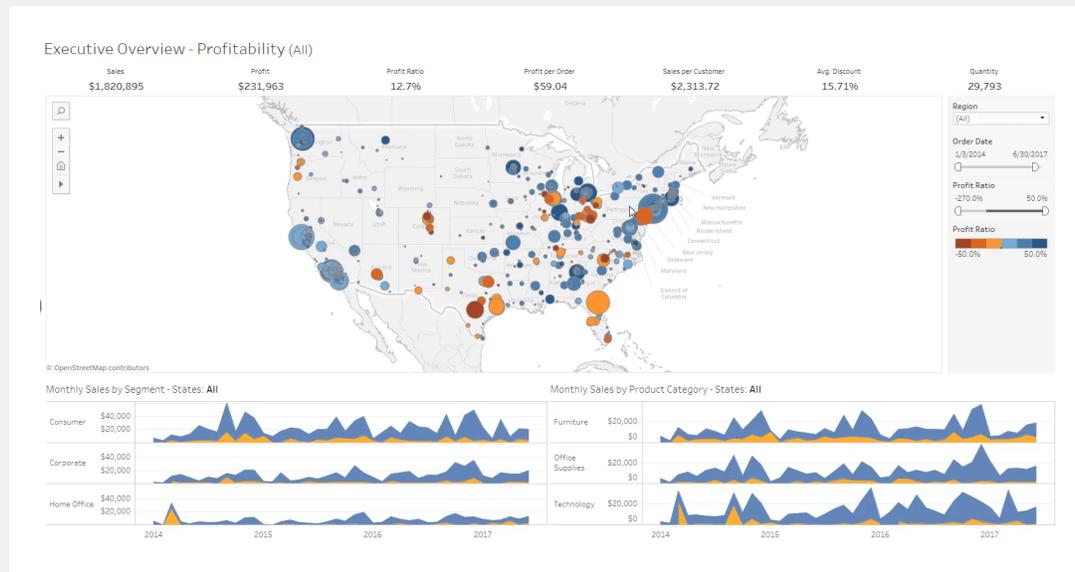
Pipelineleistung und allgemeine Leistung

Präzisere Voraussagen setzen u. a. ein Verständnis historischer Daten zur Vertriebsperformance voraus. Mit Tableau können vergleichende Analysen, etwa der jährlichen Wachstumsrate, in einer einzigen Berechnung vorgenommen werden. Im Ergebnis sehen Sie Ihre Leistung im historischen Verlauf, als kumulierten Wert und aufgeschlüsselt nach Geschäftsbereichen. Außerdem lassen sich Salesforce-Daten ganz einfach mit Produktdaten verschmelzen, sodass Sie Trends ablesen und neue Chancen nach Region ausloten können.



Rentabilität im Auge behalten

Mehr Umsatz heißt nicht unbedingt mehr Gewinn. Die Vertriebsabteilung kann wie keine andere Ihrem Team dabei helfen, lukrative Geschäfte unter Dach und Fach zu bringen – sprich: Geschäfte, die dem Unternehmen Nettoerträge und einen positiven Cashflow einbringen, im Gegensatz zu Deals, die Ihnen unterm Strich nur Mehraufwand beschern. Dieses Dashboard stellt Umsatz und Gewinn nach Segment, Produktlinie und Region dar. So können Vertriebsleiter im Nu erkennen, welche Bereiche unrentabel sind, und entsprechend tätig werden.



Die Visualisierung saisonaler Trends ermöglicht die Vorhersage künftiger Trends und die Erstellung entsprechender Prognosen und Pläne. Außerdem können Sie als Entscheidungsgrundlage Daten zu traditionell schwachen Quartalen, Sommerlöchern und Umsatzhochs am Jahresende nutzen. Werden die Ergebnisse für einen bestimmten Kalendermonat aus unterschiedlichen Jahren nebeneinander dargestellt, sehen Sie auf einen Blick zyklische Entwicklungen, die sich auf das Auf und Ab Ihrer Umsätze auswirken.



Sind Sie gerüstet, um aus Ihren Daten das Beste herauszuholen?

Jedes Vertriebsteam benötigt einen ständigen Zustrom aussagekräftiger Daten, wenn es wettbewerbsfähig bleiben, Kunden zufriedenstellen und künftige Handlungsschwerpunkte festlegen möchte. Wer der Konkurrenz in einer dynamischen Vertriebsumgebung immer eine Nasenlänge voraus sein will, muss aber vor allem zukunftsorientiert handeln. Mit einer Datenplattform, die flexibel und leistungsfähig genug für eine Analyse aller Ihrer Vertriebsdaten ist, können Sie das ganze Potenzial aufkommender Technologien nutzen, darunter künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen.

Falls Sie schon heute Vertriebs-Dashboards verwenden, lohnt sich ein Vergleich Ihrer aktuellen Lösung mit Tableau in puncto Datenerkenntnisse. Mehr darüber erfahren Sie in den unten verlinkten Ressourcen.





Über Tableau

Tableau unterstützt Benutzer bei der Umwandlung von Daten in praktisch umsetzbare Erkenntnisse. Erforschen Sie Daten mit unbegrenzten visuellen Analytics. Erstellen Sie Dashboards und führen Sie Ad-hoc-Analysen mit nur wenigen Klicks durch. Teilen Sie Ihre Arbeitsergebnisse und fördern Sie den Unternehmenserfolg. Ob Analysten, die ausgewählte Umsatzkennzahlen untersuchen, oder Vertriebsmitarbeiter, die die Gesamtleistung ihrer Pipeline und den aktuellen Stand der Quotenerfüllung ermitteln wollen – Menschen in unterschiedlichsten Umgebungen nutzen Tableau, um Daten sichtbar und verständlich zu machen.

Ähnliche Materialien

- [Starter-Kit für Vertriebsteams](#) – enthält alles, was Sie für den Start mit Tableau in Ihrer Vertriebsabteilung brauchen.
- [Tableau-Lösungen für Sales Analytics](#) – hier erfahren Sie aus einer Hand, wie Tableau Vertriebsprofis dabei hilft, Daten sichtbar und verständlich zu machen.
- [Sales-Analytics-Fallstudie: MillerCoors](#) – wie es dem Brauereikonzern gelang, mit einer einzelnen zuverlässigen Vertriebsberichtsquelle Daten zugänglich zu machen, neue Chancen zu erkennen und den Umsatz zu steigern.

Weitere Tableau-Ressourcen

- [Produkt-Demos](#)
- [Schulungen und Lernprogramme](#)
- [Community](#) und [Support](#)
- [Kundenberichte](#)
- [Lösungen](#)