

Mit Churn Management Potenziale erkennen

Wie kann der Vertrieb Potenziale im B2B-Bereich besser erkennen und Kunden langfristig binden? Eine aktuelle Studie zeigt, dass Unternehmen gerade im Churn Management noch ungenutzte Möglichkeiten ausschöpfen können.

In ihrer laufenden „Profit-Boost“-Studie beschäftigt sich das Beratungshaus Prof. Roll & Pastuch mit aktuellen Trends im Bereich Vertrieb und identifiziert für Teilnehmer ungenutzte Ertragspotenziale. Untersucht werden vier Bereiche aus der Vertriebswelt:

- Vertriebsstrategie,
- Vertriebsorganisation,
- Vertriebsmanagement sowie
- Steuerung und Controlling.

Status quo im Churn Management

Besonders in konjunkturell angespannten Zeiten ist eine langfristige Kundenbindung essenziell. Ergebnisse aus der Profit-Boost-Studie 2024 zeigen jedoch, dass das Abwandern von Kunden im B2B-Bereich einer der am meisten vernachlässigten Hebel in Unternehmen ist. Viele schätzen sich in diesem Bereich als verbesserungswürdig ein.

Ein nachhaltiges Abwanderungsmanagement ist daher ein Potenzialfeld, das sich viele Unternehmen noch einmal genauer anschauen sollten. Eine Churn-Management-Strategie zu implementieren, kann nicht nur Kundenabwanderung verhindern, sondern auch langfristig Umsatz, Profitabilität und da-

Kompakt

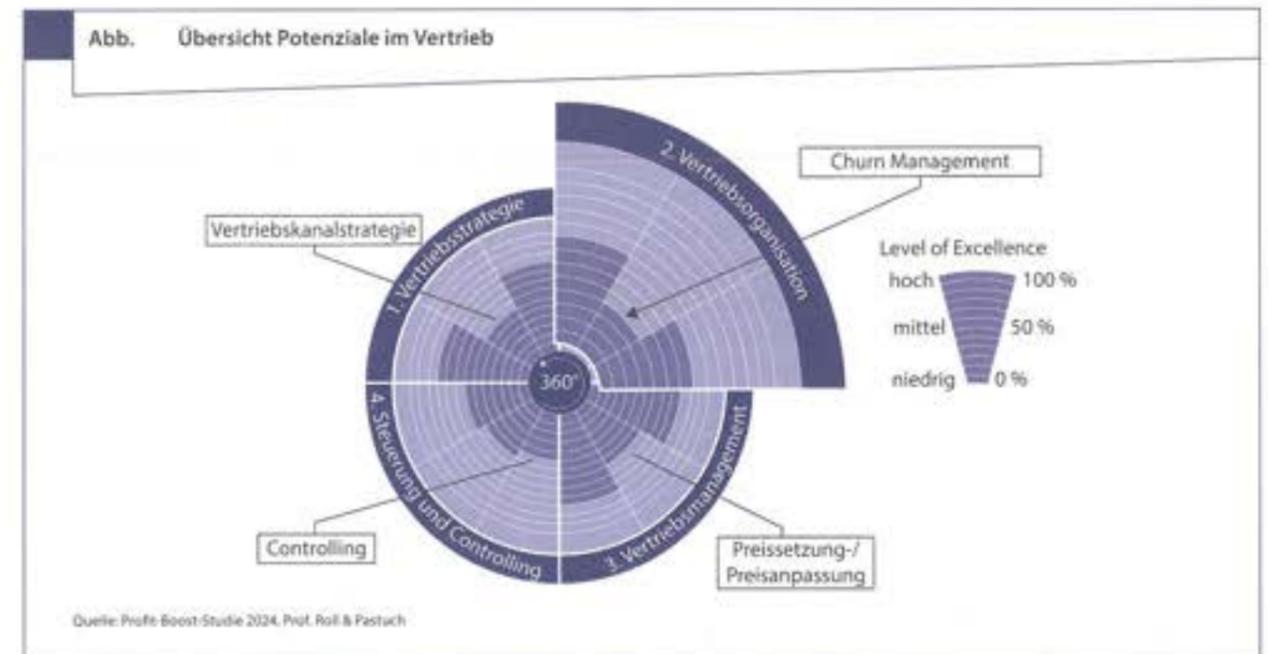
- Besonders in konjunkturell angespannten Zeiten ist die langfristige Kundenbindung essenziell.
- Da nur die wenigsten Kunden ihre Abwanderung vorab mitteilen, ist schnelles und gut überlegtes Handeln des Vertriebs von großer Bedeutung.
- Ein strukturierter Prozess, der schnelle Reaktionen und individuelle Angebote beinhaltet, kann zusätzlich entscheidend sein, um abgewanderte Kunden zurückzugewinnen.

mit einhergehend die eigene Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens sichern. Besonders im B2B-Bereich, wo Kundenbeziehungen häufig über Jahre aufgebaut wurden und sehr komplex sind, kann eine Abwanderung erhebliche Auswirkungen auf zukünftiges Umsatzwachstum haben. Nur auf Neukundenakquise zu setzen, ist keine nachhaltige Strategie, da diese meist mit sehr hohen Kosten für Unternehmen einhergeht.

Unternehmen stehen im Kundenmanagement ganz verschiedenen Herausforderungen gegenüber, die im Folgenden aufgezeigt werden:

„Die Erfahrung zeigt, dass ein zentrales Problem im Churn Management der mangelnde Überblick über den gesamten Kundenlebenszyklus ist.“

- **Konjunkturell erschwertes Neukundengeschäft.** Die anhaltende wirtschaftliche Lage erschwert zunehmend die Neukundengewinnung vor allem im B2B-Bereich. Es ist daher entscheidender denn je, bestehende Kunden an sich zu binden. Das Szenario einer potenziellen Abwanderung setzt Unternehmen unter enormen Druck, da jeder verlorene Kunde eine direkte Bedrohung für die Stabilität des Unternehmens darstellt. Neue Kunden für sich zu gewinnen, ist in der aktuellen Konjunktur zudem ungleich schwieriger.
- **Komplexe Kundenbeziehungen und lange Verkaufszyklen.** Vertrieb im B2B-Sektor zeichnet sich häufig durch langwierige und intensive Verkaufsprozesse aus, die nicht selten mehrere Monate bis Jahre dauern können. Dies ist unter anderem auf die Anzahl der involvierten Parteien



zurückzuführen, welche hierbei die Komplexität für den Vertrieb steigern. Die Dynamik des Verkaufszyklus sowie die hinzukommenden individuellen Kundenbedürfnisse erschweren es Unternehmen, Kundenabwanderungen frühzeitig zu erkennen und diesen schnell gegensteuern zu können.

- **Mangelnde Datenverfügbarkeit und Vertriebscontrolling.** Die Erfahrung zeigt, dass ein zentrales Problem im Churn Management der mangelnde Überblick über den gesamten Kundenlebenszyklus ist. Unzureichend integrierte Datenquellen und fehlendes Vertriebscontrolling erschweren es zusätzlich, Abwanderungstendenzen zu erkennen und schnell darauf zu reagieren. Wann und warum genau bestimmte Kunden abwandern, ist daher für Unternehmen kaum rechtzeitig und eindeutig ersichtlich. Ohne fundierte Datenanalysen fehlt jedoch die Grundlage, gezielte Maßnahmen zur Kundenbindung zu entwickeln und umzusetzen.

Kundenabwanderung gezielt reduzieren

Vertriebscontrolling und prädiktive Modelle nutzen. Daten systematisch zu erfassen sowie Datenanalysetools und prädiktive Modelle einzusetzen, ist ein zentraler Ansatz, um Kundenabwanderung zu reduzieren. Wichtig ist es, im ersten Schritt alle relevanten Daten an einem Ort zu konsolidieren. Hierfür muss relevantes Kunden- oder Marktwissen der Mitarbeiter konsequent erfasst werden. Um im Ernstfall

schnell reagieren zu können, ist im Anschluss ein Prozess zur regelmäßigen Analyse von zuvor definierten Vertriebs-KPIs einzuführen, der Verhaltensmuster frühzeitig erkennt, die auf potenzielle Abwanderung hinweisen. Um Muster und Trends zu erkennen, kann es sinnvoll sein, KI einzusetzen.

KI als Trendradar

KI spielt besonders dann eine Rolle, wenn Trends frühzeitig erkannt werden sollen. Unternehmen sollten Erkenntnisse aus den Analysen gezielt nutzen, um rechtzeitig Maßnahmen für gefährdete Kunden zu ergreifen und so maßgeschneiderte Interventionsstrategien zu entwickeln.

„Eine proaktive Betreuung und personalisierte Kundenansprache sind entscheidend, um Kunden langfristig zu binden.“

Customer Success Management und personalisierte Kundenansprache. Eine proaktive Betreuung und personalisierte Kundenansprache sind entscheidend, um Kunden langfristig zu binden. Vertriebsteams sollten regelmäßige Meetings mit wichtigen Kunden als Chance nutzen, um gezielt auf Herausforderungen einzugehen und frühzeitig konkrete und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten, bevor Probleme

me überhaupt eskalieren. Dedizierte Customer-Success-Teams spielen hierbei eine zentrale Rolle: Sie agieren als strategische Partner und fördern durch eine kontinuierliche Betreuung direkt die nachhaltige Kundenloyalität.

Rückgewinnung von Kunden. Da nur die wenigsten Kunden betroffenen Unternehmen ihre Abwanderung vorab mitteilen, ist ein schnelles und gut überlegtes Handeln von großer Bedeutung. So genannte „One-Lost-Order“-Analysen, also die systematische Untersuchung verlorener Verkaufschancen, helfen beispielsweise, wenn der Kunde bereits dem Unternehmen den Rücken gekehrt hat, die Gründe für seine Abwanderung zu analysieren. Dann können spezifische Maßnahmen eingeleitet werden, um ihn zurückzugewinnen. Ein strukturierter Prozess, der schnelle Reaktionen und individuelle Angebote beinhaltet, kann zusätzlich entscheidend sein, um Käufer wieder an Bord zu holen. ■



Verfasst von
Martin Steinmeyer

Er ist Associate Partner von Prof. Roll & Pastuch (www.roll-pastuch.de) in München.
E-Mail: martin.steinmeyer@roll-pastuch.de



Isabella Serafini

Sie ist Senior Consultant bei Prof. Roll & Pastuch in Köln.
E-Mail: isabella.serafini@roll-pastuch.de

Die Studie

Prof. Roll & Pastuch hat das Beratungswissen aus über 20 Jahren in einem kompakten Kurzcheck gebündelt, der dabei helfen soll, Ertragspotenziale zu identifizieren. Teilnehmer erhalten im Anschluss ein individuelles Whitepaper mit maßgeschneiderten Handlungsempfehlungen. Die Umfrage läuft noch. Identifizieren Sie Ihre Potenziale unter: <https://hubs.li/Q02QdRzs0>
Weitere Informationen zum Thema KI im Vertrieb lesen Sie auch im Whitepaper „SalesGPT: Wie KI den Vertrieb optimiert“ unter <https://hubs.li/Q02T2M440>



Churn Management

Weinmann-Eichinger, J.: Verringerung der Kundenabwanderung, in: Weinmann-Eichinger, Growth Marketing, Wiesbaden 2024, <https://sn.pub/9usxab>
Krah, E. S.: Was ist Churn Prediction im Vertrieb? Online-Bertrag, Wiesbaden 2019, <https://sn.pub/mvvegu>

IT-Mittelstand

Lösungen - Infrastruktur - Praxis

Neu!
Jetzt kostenlos
kennenzulernen.



IT-Prozesse optimieren.



Die digitale Transformation erfordert zielgerichtete, innovative Lösungen, um Unternehmen noch produktiver zu machen. IT-Mittelstand ist das Fachmagazin rund um die Digitalisierung in kleineren und mittelständischen Unternehmen. Praxisnahe Einblicke, Reportagen, Fachbeiträge und Interviews mit Branchenexperten liefern wertvolles Know-how auf dem neuesten Stand der Technologie – von der Planung, über die Einführung bis zum Betrieb von ITK-Infrastrukturen. Nutzen Sie die umfassenden Informationen und das Wissen für den Erfolg Ihres Unternehmens!

