

# ifaa-KOMPETENZ-CHECK: VERTRIEB VON SMART SERVICES

Die Hybridisierung der Wertschöpfung verändert die Arbeit in Unternehmen. In besonderem Maße sind die Vertriebsbereiche betroffen. Beschäftigte in diesen Bereichen müssen im Zuge der Hybridisierung neue Aufgaben ausführen, wie beispielsweise neben dem Vertrieb von Produkten nun zusätzlich die datengetriebenen Services. Dies führt zu neuen Anforderungen an die Kompetenzen der Beschäftigten im Vertrieb. Im Rahmen des Projekts AnGeWaNt wurden in drei Unternehmen Kompetenzen ermittelt, die für den Vertrieb von Smart Services relevant sind. Nachfolgend werden die identifizierten neuen Kompetenzen aufgeführt.

Sie haben die Möglichkeit, anhand des Kompetenzchecks und vor dem Hintergrund Ihrer Hybridisierungsabsichten, zu reflektieren, welche der genannten Kompetenzen Ihr Vertrieb zukünftig für den Verkauf neuer Dienstleistungen benötigen wird, ob diese bereits vorhanden sind aus internen Ressourcen aufgebaut werden können oder ob Sie neue Fachkräfte benötigen werden bzw. mit externen Anbieterinnen und Anbietern zusammenarbeiten müssen. Die Beurteilung der Priorität des Kompetenzaufbaus zeigt Ihnen, welche Kompetenzen besonders wichtig für die Hybridisierung in Ihrem Unternehmen sind und welche Sie als Erstes aufbauen sollten.

Kompetenz	Beschreibungen und Hinweise	relevant für das neue Geschäftsmodell	bereits vorhanden	kann aus internen Ressourcen aufgebaut werden	neue Fachkräfte / Zusammenarbeit mit externen Anbieterinnen und Anbietern nötig	Priorität 0 (niedrig) bis 10 (hoch)	Platz für Ihre Notizen
<b>Datenverständnis und -affinität</b>	Der Vertrieb von datenbasierten Services bedingt, dass Beschäftigte Informationen aus Daten gewinnen können und den Mehrwert der Daten für eine heterogene Kundschaft verstehen.						
<b>Prozessanalyse, Prozessverständnis</b>	Der Vertrieb von datenbasierten Services setzt voraus, dass Beschäftigte im Vertrieb dazu in der Lage sind Unternehmensprozesse der Kundschaft zu erfassen und zu verstehen, um Potenziale für datenbasierte Services identifizieren zu können.						

Kompetenz	Beschreibungen und Hinweise	relevant für das neue Geschäftsmodell	bereits vorhanden	kann aus internen Ressourcen aufgebaut werden	neue Fachkräfte / Zusammenarbeit mit externen Anbieterinnen und Anbietern nötig	Priorität 0 (niedrig) bis 10 (hoch)	Platz für Ihre Notizen
Datenschutz	Die Erhebung von Produktnutzungs- und Prozessdaten geht damit einher, dass ggf. auch personenbezogene Informationen erhoben werden. Diese unterliegen entsprechenden Datenschutzkriterien. Der Vertrieb sollte erläutern können, welche Maßnahmen ergriffen werden, um personenbezogene Daten zu schützen.						
Datensicherheit	Die Erhebung von Produktnutzungs- und Prozessdaten kann Fragen der Kundinnen und Kunden nach Datensicherheitsvorkehrungen hervorrufen. Der Vertrieb muss erläutern können, welche Maßnahmen ergriffen werden, um die Sicherheit der Betriebsdaten zu gewährleisten.						
Technisches Know-how	Der Vertrieb von Smart Services erfordert mehr technisches Know-how, bspw. zur Erläuterung technischer Vorkehrungen für die Datenerhebung (z. B. Installation von Sensoren, Telemetrie-Einheiten und Vernetzung von Produkten) oder dem Aufbau von Onlineplattformen zum Datenaustausch.						

Kompetenz	Beschreibungen und Hinweise	relevant für das neue Geschäftsmodell	bereits vorhanden	kann aus internen Ressourcen aufgebaut werden	neue Fachkräfte / Zusammenarbeit mit externen Anbieterinnen und Anbietern nötig	Priorität 0 (niedrig) bis 10 (hoch)	Platz für Ihre Notizen
<b>Digitale Kommunikation und Produktpräsentation</b>	Durch die Nutzung digitaler Kommunikationskanäle können zeitliche Aufwände im Vertrieb bspw. für die Anreise zu Kundinnen und Kunden gespart werden. Diese gesparte Zeit kann produktiv genutzt werden, denn die Analyse von Prozessen nimmt im Zuge von Hybridisierung oftmals mehr Zeit zum Austausch mit den Kundinnen und Kunden in Anspruch.						
<b>Virtuelle Teamarbeit</b>	Der Vertrieb von Smart Services erfordert oftmals Rücksprache zur Klärung technischer Fragestellungen mit Kolleginnen und Kollegen aus technischen Bereichen wie bspw. IT, Entwicklung und Konstruktion. Eine virtuelle Kommunikation und Teamarbeit eröffnet Effizienzpotenziale, da nicht alle notwendigen Fachkräfte vor Ort bei den Kundinnen bzw. Kunden sein müssen, wenn der Bedarf besteht.						
<b>Interdisziplinäres Arbeiten</b>	Hybridisierung erfordert interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen bspw. technischen und kundennahen Arbeitsbereichen, um das technisch Mögliche mit dem Bedarf der Kundinnen und Kunden in Einklang zu bringen. Dazu ist es erforderlich, dass sich die Beschäftigten der disziplinübergreifenden Teams der Perspektivenvielfalt bewusst sind und trotz unterschiedlicher Sichtweisen produktiv und effizient zusammenarbeiten können.						